

Inovasi Digital: Sebagai Kompetensi UMKM dalam Mempertahankan Resiliensi Entrepreneurship di Masa Endemi (Survei pada UMKM Juara Kabupaten Garut)

Fitri Lestari

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas
fitri.lestari@ekuitas.ac.id

Ridlwani Muttaqin

Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun (INABA)
ridlwani.muttaqin@inaba.ac.id

Article's History:

Received 10 Agustus 2023; Received in revised form 21 Agustus 2023; Accepted 11 September 2023; Published 1 Oktober 2023. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Lestari, F., & Muttaqin, R. (2023). Inovasi Digital: Sebagai Kompetensi UMKM dalam Mempertahankan Resiliensi Entrepreneurship di Masa Endemi (Survei pada UMKM Juara Kabupaten Garut). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (5). 2004-2015. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1600>

Abstract:

Resiliensi bisnis merupakan wujud dalam mempertahankan ekonomi dan mampu menyesuaikan diri dengan pemberdayaan UMKM untuk melakukan inovasi produk dalam menarik permintaan pasar, bersedia bekerja keras untuk mencapai tujuan, beradaptasi dengan perubahan dan dapat mengambil keuntungan dari situasi yang baru serta belajar dari kesalahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi digital terhadap kompetensi wirausaha serta dampaknya pada resiliensi entrepreneurship UMKM Juara Kabupaten Garut. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Garut dengan waktu penelitian dimulai bulan Februari 2023 sampai dengan Juni 2023. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM Juara Kabupaten Garut dengan cara judgement sample sebanyak 180 orang. Analisis data yang digunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas inovasi digital (X) berpengaruh terhadap variabel intervening kompetensi wirausaha (Y) serta dampaknya pada variabel terikat resiliensi entrepreneurship (Z) yaitu *entrepreneurial motivation, management competencies, psychological competencies dan social competencies*. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai faktor pendorong kesadaran UMKM dalam melakukan resiliensi entrepreneurship yang memiliki inovasi dinamis, kemampuan yang unik untuk menghasilkan diferensiasi produk, jaringan kolaboratif, struktur gesit dan fleksibel.

Keywords : Inovasi digital, Keterampilan wirausaha, Resiliensi Entrepreneurship

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 cukup berpengaruh pada kelangsungan bisnis dan dinilai akan membawa perubahan dalam bisnis kedepan terutama dalam perilaku konsumen dan konsumsi. Rencana keberlangsungan bisnis sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan di dunia yang penuh risiko saat ini. Rencana keberlangsungan bisnis yang lengkap dapat memberikan peluang kepada bisnis agar dapat tetap beroperasi pada masa yang sulit, sekaligus melindungi reputasi merek, pelanggan, dan karyawan. Dalam menghadapi dampak ekonomi tersebut, salah satunya adalah dengan meningkatkan resiliensi entrepreneurship dari Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). Adapun sebagai salah satu pilar ekonomi nasional yang strategis saat ini (Sarfiah et al., 2019), adalah penting bagi UMKM untuk dikuatkan kembali. Karena semasa Pandemi ini, UMKM juga mengalami dan menanggung dampak berat tersebut (Amri, 2020).

Resiliensi entrepreneurship menjadi salah satu kemampuan penting yang diperlukan wirausahawan dalam menghadapi adanya situasi sulit yang terjadi di lingkungannya (Affini et al., 2022). Salah satu situasi sulit yang banyak menimpa wirausahawan saat itu adalah pandemik Covid-19. Seperti yang kita ketahui pandemik Covid-19 saat ini melanda seluruh dunia sehingga mengakibatkan berbagai negara mengalami berbagai macam krisis diantaranya krisis kesehatan, kemanusiaan, dan juga ekonomi (Saputra et al., 2022). Menurut (Saputra et

al., 2022) peristiwa pandemik Covid-19 ini merupakan peristiwa yang tak terduga, langka, dan memberikan dampak yang besar pada perekonomian secara signifikan. Walaupun saat ini masuk pada masa endemi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa masa endemi ini juga memberikan dampak yang tak menentu pada ekonomi dan bisnis khususnya pengusaha dan pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah mengalami kerugian secara signifikan (Saputra et al., 2022).

Strategi untuk menopang perekonomian negara salah satunya yang dilakukan oleh pemerintah yaitu dengan memberdayakan UMKM yang berada dalam suatu daerah yang menjadi dasar pembangunan ekonomi kerakyatan. UMKM mampu menjadi katup perekonomian nasional mampu memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menghadapi krisis terlepas dari produktivitas yang rendah dan mampu menyesuaikan perubahan pasar karena memiliki struktur organisasi di dalam perusahaan, tenaga kerja yang sederhana. Namun, UMKM yang berada di Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat memiliki permasalahan ketahanan bisnis akibat Covid-19 (Lestari & Muttaqin, 2022). Berupa penurunan pendapatan sebanyak 30-90%. Adanya kebijakan dalam pengaturan aktivitas bekerja dan melakukan pengurangan karyawan, UMKM berusaha untuk melakukan inovasi produk dalam menarik permintaan pasar. Inovasi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan juga dapat dijadikan sebagai senjata yang tangguh dalam persaingan. Inovasi yang diciptakan menjadi keunggulan bersaing dan menentukan kesuksesan (Urbancova, 2013). Pengusaha sukses selalu memiliki tujuan bisnis dalam kondisi lingkungan yang kompetitif dan tidak pasti walaupun pengusaha juga sering mendapatkan informasi yang tidak jelas, tidak lengkap dan terus berubah. Hal ini yang diperlukan oleh pengusaha tangguh harus menunjukkan tingkat toleransi yang tinggi terhadap ambiguitas dan beradaptasi cepat terhadap perubahan serta lebih siap untuk berhasil. Pengusaha yang memiliki resiliensi bersedia bekerja keras untuk mencapai tujuan, beradaptasi dengan perubahan dan dapat mengambil keuntungan dari situasi yang baru serta belajar dari kesalahan (Ayala & Manzano, 2014).

Studi terdahulu (Saputra et al., 2022) mengembangkan *conceptual framework* guna menjelaskan resiliensi bisnis pada cakupan UMKM. Konsep tersebut menjelaskan bahwa resiliensi entrepreneurship sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu (1) ketersediaan modal (*asset and resourcefulness*), (2) budaya belajar (*learning culture*) dan (3) daya saing dinamis (*dynamic competitiveness*). Lebih lanjut kerangka berpikir tersebut menerangkan bahwa daya saing dinamis merupakan kemampuan UMKM untuk melakukan *redundancy*, *flexibility*, *robustness*, dan *networking*. Dengan mempertimbangkan fenomena yang berkembang dan juga *conceptual framework* (Saputra et al., 2022) tersebut, maka penelitian ini bermaksud untuk mengkolaborasi peranan daya saing dinamis dalam membangun resiliensi bisnis.

Sebagai salah satu unsur keberlanjutan usaha, pemahaman terhadap pertumbuhan bisnis sangatlah penting. Pertumbuhan bisnis dipengaruhi oleh lingkungan bisnis, sehingga untuk mempertahankannya, bisnis harus beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan. Selain pertumbuhan, ketahanan juga penting untuk kelangsungan usaha. Ketahanan dalam bisnis berfokus pada atribut perusahaan, kesadaran risiko, perlindungan risiko, keunggulan kompetitif, inovasi, manajemen strategis dan ketahanan dalam rantai pasokan (Maulana & Bachtiar, 2022). Meskipun UMKM memiliki ciri keterbatasan teknis dan sumber keuangan, namun mereka memiliki inovasi yang dinamis dan kemampuan yang unik untuk menghasilkan diferensiasi produk dan jaringan kolaboratif (Del Giudice et al., 2020) dan diakui sangat inovatif dan memiliki struktur yang gesit juga fleksibel (Halim et al., 2019).

Perkembangan teknologi telah membuka berbagai peluang bagi pengusaha untuk mengeksplorasi dan memperluas operasi bisnis mereka (Rakib & Said, 2023). Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan jaringan sosial media yang memungkinkan pengusaha berinovasi dalam pemasaran (Alharthi & Alhothali, 2021) termasuk mempertahankan bisnis di masa endemi perlu adanya inovasi digital dan kompetensi kewirausahaan untuk mempertahankan bisnisnya. Kemampuan pengusaha telah didorong dan terinspirasi oleh perubahan teknologi yang terus-menerus untuk dapat bersaing di lingkungan digital yang baru, dan memiliki peranan penting dalam mendorong kreativitas dan produktivitas, memajukan kewirausahaan daerah dan memperluas manfaat ekonomi dan sosial (Amna Ali Alharthi, 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui inovasi digital.
2. Untuk mengetahui kompetensi UMKM.
3. Untuk mengetahui resiliensi entrepreneurship melalui (entrepreneurial motivation, management competencies, psychological competencies dan social competencies).

4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi digital terhadap kompetensi serta dampaknya pada resiliensi *entrepreneurship*.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi

1. Sebagai kerangka kerja optimalisasi UMKM Kabupaten Garut.
2. Sebagai pedoman pemangku kebijakan dalam menentukan program untuk UMKM di Kabupaten Garut.

Tinjauan Pustaka

Resiliensi *Entrepreneurship*

Konsep resiliensi *entrepreneurship* didefinisikan sebagai konsep multidimensi dan multidisiplin yang berhubungan dengan berbagai bidang, dari sifat material fisik hingga perilaku psikologis, menghasilkan berbagai pendekatan teoritis dan perspektif. Resiliensi *entrepreneurship* adalah proses adaptasi dinamis yang memungkinkan pemilik bisnis untuk terus melihat ke depan mengenai situasi pasar yang keras dan destabilisasi yang mereka hadapi di pasar (Rizqan Zakiy & Fairuzzabadi, 2019).

Menurut (Pratami & Setiawan, 2022) Resiliensi adalah strategi pertumbuhan bagi seorang wirausahawan. Resiliensi sebuah konstruksi multidimensi yang terdiri atas jaringan sikap dan perilaku yang menguntungkan serta dalam dunia kewirausahaan, resiliensi adalah kemampuan seorang wirausaha dalam mengatasi keadaan yang susah, di dapat dari kualitas perilaku dan juga adaptasi maupun budaya yang dimiliki sehingga dapat dengan mudah menyesuakannya. (Pratami & Setiawan, 2022) mengatakan bahwa resiliensi terdiri dari kesabaran, toleransi dari pengaruh negative, optimisme dan keyakinan. Resiliensi juga dapat diartikan sebagai proses dimana seorang individu dalam menampilkan keterampilan positif walau mengalami kesulitan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi resiliensi, menurut (Pratami & Setiawan, 2022) antara lain atribut-atribut individu, karakteristik keluarga dan aspek konteks sosial yang lebih luas (selain orang tua, tetangga, teman dan komunitas). Menurut (Pratami & Setiawan, 2022) faktor yang mempengaruhi ialah dukungan eksternal (I have), kekuatan pribadi (I am), dan kemampuan interpersonal dan kemampuan pemecahan masalah (I can). Sejalan dengan hal tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pratami & Setiawan, 2022) mengemukakan bahwa resiliensi adalah faktor penting yang menjadi dasar keahlian bagi wirausahawan agar bisnis yang dijalankan membuahkan hasil.

Resiliensi *entrepreneurship* dapat mempermudah dengan kemampuan wirausahawan untuk mengelola kebutuhan pribadi dan pasar yang sulit serta kesulitan-kesulitan yang terkait dengan kestabilan, dan berorientasi pada masa depan. Menurut (Rejeki & Asri, 2018) Terdapat 4 (empat) indikator dalam resiliensi *entrepreneurship*, yaitu:

1. *Entrepreneurial motivation* :
 - a. *Desire for independence*
 - b. *Economic motivation*
 - c. *Entrepreneurial self-efficacy*
2. *Management competencies* :
 - a. *Vision*
 - b. *Resource mobilization capacity*
 - c. *Leadership capacity*
3. *Psychological competencies* :
 - a. *Innovation capacity*
 - b. *Emotional intelligence*
 - c. *Resilience*
4. *Social competencies* :
 - a. *Persuasion and communication capacity*
 - b. *Network development capacity*

Inovasi Digital

Menurut (Pangandaheng et al., 2022) mendefinisikan transformasi digital adalah penggunaan teknologi untuk meningkatkan kinerja atau aksesibilitas UKM. Beberapa definisi lain, mengatakan bahwa transformasi digital adalah tingkat ketiga atau lebih tinggi dari keterampilan digital yang diperoleh ketika penggunaan digital

mendorong inovasi, kreativitas, dan perubahan besar dalam karir atau pengetahuan. Pengertian umum tentang transformasi digital adalah perubahan dan dampak yang terkait dengan penggunaan teknologi digital di segala bidang kehidupan manusia (Pangandaheng et al., 2022).

Pendekatan inovasi UMKM telah bergeser ke digital (Arianto, 2021) Model inovasi yang aktif secara digital membutuhkan sebuah proses yang terdiri dari bentuk kegiatan teknologi eksplorasi dan eksploitasi yang digunakan dengan canggih. Seperti internet, big data management dan alat pintar. Kegiatan ini telah mendorong perkembangan kemitraan secara vertikal dan horizontal antara perusahaan dan organisasi lain untuk menghasilkan *value creation* (Giudice et al., 2020 ; Arianto, 2021). Pendekatan terbuka dan kolaboratif ini mendukung UMKM dalam menemukan ide, pengetahuan, keterampilan dan teknologi (Rakib & Said, 2023).

Inovasi teknologi dianggap sebagai alat strategis utama bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja. Perusahaan yang mampu mengembangkan inovasi digital diharapkan dapat menjadi perusahaan yang terbaik dan dapat bersaing pada era saat ini. Menurut (Margo Purnomo et al., 2021) bahwa inovasi digital didefinisikan sebagai ciptaan penawaran pasar, proses bisnis atau model yang dihasilkan dari penggunaan digital teknologi. Definisi mereka mencakup serangkaian hasil inovasi, seperti produk baru, platform dan layanan serta pengalaman pelanggan baru dan jalur nilai lainnya, hal ini dimungkinkan sebagai hasil melalui penggunaan teknologi digital dan proses digital. Sejalan dengan pendapat menurut (Marfuin & Robin, 2021) bahwa inovasi digital merupakan pengembangan produk, layanan, atau solusi baru dengan menggunakan teknologi digital. Selain itu, inovasi digital dikontekstualisasikan ke digital inovatif sebagai solusi yang dapat mengubah produk, layanan, dan bisnis organisasi lain. Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa inovasi digital merupakan teknologi yang dibuat perusahaan berdasarkan hasil inovasi berupa ciptaan produk baru yang dapat digunakan sebagai solusi dari permasalahan yang ada.

Kompetensi UMKM

Konsep kompetensi kewirausahaan menentukan keterampilan, pengetahuan, kemampuan seseorang. Pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan ini secara langsung mempengaruhi hasil, karena wirausaha selalu berorientasi pada hasil. Kewirausahaan adalah faktor mendasar bagi orang yang memiliki kemampuan lebih, dan membedakan dari mereka yang memiliki keterampilan rata-rata (Kurniawan & Yun, 2018). Kewirausahaan adalah kemampuan untuk memutuskan dan mengidentifikasi masalah dalam suatu perusahaan atau badan usaha, sehingga usaha yang dijalankannya dapat dikenal dan dikembangkan lebih lanjut oleh masyarakat. Menurut (Kurniawan & Yun, 2018) kompetensi kewirausahaan merupakan karakteristik dasar dari individu yang dimungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau situasi tertentu. Kompetensi juga merupakan pengintegrasian dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan untuk melaksanakan satu cara efektif.

Menurut (Kurniawan & Yun, 2018) kompetensi kewirausahaan dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Kompetensi Melihat Peluang Menjadi seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir positif dan kreatif agar usahanya semakin berkembang.
2. Kompetensi Mengelola Usaha Seorang wirausaha harus memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya secara efektif dan efisien. Termasuk uang, waktu, dan sebagainya. Contohnya dalam bidang keuangan, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dalam mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi.
3. Kompetensi dalam Menentukan Strategi Yaitu mengetahui strategi /cara bersaing. Ia harus dapat mengungkap kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dirinya dan pesaing.
4. Kompetensi dalam Menjalinkan Hubungan Yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.
5. Kompetensi Membuat Komitmen Untuk memiliki komitmen tinggi, seorang wirausaha harus mempunyai kekuatan pribadi sebagai modal utama dalam berwirausaha. Untuk memiliki modal seperti itu, seorang wirausaha harus belajar, bekerja, dan berkemauan keras.

Methodology

Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM Kabupaten Garut. Pertumbuhan UMKM Garut dari tahun 2016 – 2021 semakin bertambah, dengan jumlah sebanyak 349.863. Kabupaten Garut merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Barat yang mendukung program UMKM Juara dimulai pada tahun 2019 sampai dengan saat ini. Sample penelitian yaitu peserta UMKM Juara Kabupaten Garut. Metode pengambilan sample dengan cara judgement sampling yaitu menentukan sample yang menjadi peserta UMKM Juara Kabupaten Garut dengan kriteria, UMKM sudah beroperasi minimal lebih dari 3 tahun, sebanyak 180 orang.

Pengujian Hipotesis Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2018:56) Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh efek dari satu variabel independen pada variabel tergantung, dengan asumsi bahwa variabel lain adalah konstan. Uji statistik sering disebut sebagai uji signifikansi individu. Pengujian ini menunjukkan sejauh mana efek dari variabel yang sebagian independen pada variabel tergantung. Pada akhirnya, kesimpulan akan terbentuk bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah diformulasikan. Tes signifikan terhadap hipotesis yang telah dikembangkan menggunakan uji t. Kriteria yang menjadi dasar pengujian statistik t ini adalah sebagai berikut: a. Jika H_0 diterima maka nilai hitung statistik uji (thitung) berada di daerah penerimaan H_0 , dimana atau nilai $\text{sig} > \alpha$. b. Jika H_0 ditolak maka nilai hitung statistik uji (thitung) berada di daerah penolakan H_0 , dimana atau nilai $\text{sig} < \alpha$.

Uji F (Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018) pada dasarnya uji statistik F dapat menunjukkan apakah semua variabel independen atau dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Uji f adalah pengujian untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji f atau yang biasa disebut dengan Analysis of varian (ANOVA).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *Microsoft Office Excel*. Setelah r hitung diperoleh, kemudian dibandingkan dengan r tabel dengan taraf kepercayaan 95% atau $\alpha = 0.05$ dengan $dk = n-2$ ($dk = 30-2 = 28$) = 0,361. Jika r hitung $> r$ tabel maka item tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji coba yang dilakukan pada UMKM Juara Kabupaten Garut. Berikut ini adalah rekapitulasi hasil perhitungan uji validitas variabel Inovasi Digital, Kompetensi, dan Resiliensi *Entrepreneurship* dengan menggunakan bantuan *Microsoft Office Excel*. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan korelasi *Person Product Moment* dengan menggunakan bantuan *Software IBM SPSS Statistic* diperoleh hasil Validitas sebagai berikut:

Tabel 1
Validitas Variabel Inovasi Digital, Kompetensi, dan Resiliensi *Entrepreneurship*

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
I	Inovasi Digital (X)			
	Keterampilan Digital (X₁)			
1.	Saya memiliki pemahaman yang cukup tentang penggunaan perangkat teknologi digital dalam operasional bisnis UMKM saya.	0,722	0,361	Valid
2.	Saya merasa percaya diri dalam menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan UMKM saya.	0,639	0,361	Valid
3.	Saya memiliki keterampilan dalam mengelola dan memperbarui konten pada situs web atau toko online UMKM	0,546	0,361	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
	saya.			
4.	Saya memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui saluran digital	0,778	0,361	Valid
5.	Saya merasa UMKM saya memiliki sumber daya yang cukup untuk mengembangkan dan meningkatkan keterampilan digital dalam bisnis kami.	0,751	0,361	Valid
	Pemasaran Digital (X₂)			
6.	Pemasaran digital telah membantu meningkatkan kesadaran merek atau produk UMKM saya.	0,887	0,361	Valid
7.	Saya merasa pemasaran digital efektif dalam menjangkau target audiens atau pelanggan potensial UMKM saya.	0,880	0,361	Valid
8.	Saya percaya bahwa penggunaan media sosial dalam pemasaran digital dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan UMKM saya.	0,919	0,361	Valid
9.	Saya merasa pemasaran melalui iklan digital (seperti Google Ads atau Facebook Ads) efektif dalam mencapai tujuan pemasaran UMKM saya.	0,812	0,361	Valid
10.	Saya merasa UMKM saya memiliki konten yang menarik dan relevan untuk digunakan dalam kampanye pemasaran digital.	0,682	0,361	Valid
	Transaksi Digital (X₃)		0,361	
11.	Saya merasa transaksi digital (misalnya, pembayaran online, e-commerce) lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan transaksi konvensional (misalnya, tunai, pembayaran langsung).	0,822	0,361	Valid
12.	Saya percaya bahwa transaksi digital aman dan dapat diandalkan dalam bisnis UMKM saya..	0,853	0,361	Valid
13.	Saya merasa UMKM saya telah mengadopsi teknologi transaksi digital yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan.	0,797	0,361	Valid
14.	Saya merasa transaksi digital membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berbelanja di UMKM saya.	0,880	0,361	Valid
II	Kompetensi UMKM (Y)			
15.	Saya menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan penyedia bahan baku akan meningkatkan kinerja usaha.	0,835	0,361	Valid
16.	Semakin baik kemampuan dari para tenaga kerja, maka akan semakin meningkat kinerja usaha.	0,744	0,361	Valid
17.	Saya merasa kompetensi tentang riset pasar yang baik akan meningkatkan kinerja usaha.	0,835	0,361	Valid
18.	Dengan kemampuan yang saya miliki saya mampu mengelola keuangan dengan baik.	0,560	0,361	Valid
19.	Pengetahuan saya tentang konsep pengembangan usaha yang baik dapat meningkatkan kinerja usaha.	0,652	0,361	Valid
20.	Kinerja usaha dapat meningkat apabila saya mengambil keputusan dengan tepat	0,902	0,361	Valid
21.	Sikap saya yang konsisten sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha.	0,851	0,361	Valid
III	Resiliensi entrepreneurship (Z)			
22.	Saya suka mencoba hal-hal baru	0,739	0,361	Valid
23.	Saya percaya pada kemampuan saya dalam menghadapi	0,710	0,361	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kriteria
	situasi, oleh karena itu saya berani untuk menghadapi berbagai tantangan.			
24.	Saya pikir sangat penting untuk memecahkan masalah secepat mungkin meski belum tahu penyebabnya.	0,768	0,361	Valid
25.	Saya mencoba mencari berbagai solusi sebelum mencoba untuk menyelesaikan permasalahan saya.	0,847	0,361	Valid
26.	Saya dapat mengontrol perasaan saya ketika sedang kesulitan.	0,626	0,361	Valid
27.	Saya mencari tahu penyebab masalah yang timbul sebelum mencoba menyelesaikannya.	0,591	0,361	Valid
28.	Saya berusaha untuk menyelesaikan situasi sulit yang sedang saya hadapi.	0,762	0,361	Valid
29.	Saya sulit berpikir positif untuk dapat fokus pada tugas atau pekerjaan	0,549	0,361	Valid
30.	Saya melihat tantangan sebagai cara untuk belajar memperbaiki diri.	0,565	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data 2023

Berdasarkan pada Tabel 1, hasil dari uji validitas dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel (0,361). Maka dinyatakan seluruh indikator penelitian baik untuk variabel Inovasi Digital (X), Kompetensi (Y) dan Resiliensi entrepreneurship (Z) dinyatakan valid sehingga item pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam suatu gejala/kejadian. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Perhitungannya koefisien korelasi alat ukur dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan Software IBM SPSS Statistic. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Reliabilitas Variabel Inovasi Digital, Kompetensi dan Resiliensi Entrepreneurship

Variabel	Cronbach Alpha	No of items	Keterangan
Inovasi Digital (X)	0,961	14	Reliabel
Kompetensi (Y)	0,920	7	Reliabel
Resiliensi entrepreneurship (Z)	0,902	9	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel mempunyai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil pengujian instrumen penelitian ini adalah deskripsi mengenai Inovasi Digital terhadap Kompetensi UMKM serta dampaknya pada variabel terikat Resiliensi Entrepreneurship di Masa Pandemi. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada UMKM Juara di Kabupaten Garut dengan jumlah responden sebanyak 180 orang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari 180 responden, melalui daftar pernyataan telah didapat 180 responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pendapatan. Penggolongan yang dilakukan terhadap

responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Berikut uraian mengenai gambaran umum objek penelitian :

Tabel 3
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase %
Laki-Laki	72	40%
Perempuan	108	60%
Jumlah	180	100%

Sumber : Pengolahan Data Kuesioner 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah Perempuan sebanyak 108 orang dengan presentase 60%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 72 orang atau sebesar 40%. Pemilik UMKM berjenis kelamin perempuan yang lebih mendominasi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
<25 Tahun	19	11%
26-35 Tahun	51	28%
36-45 Tahun	70	39%
>46 Tahun	40	22%
Jumlah	180	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2023

Berdasarkan data yang diperoleh, UMKM Juara di Kabupaten Garut yang paling mendominasi adalah yang berusia antara 36-45 tahun sebanyak 70 orang atau sebesar 39%. Lalu urutan kedua adalah yang berusia sekitar 26-35 tahun sebanyak 51 orang atau sekitar 28%. Setelah itu, usia >40 tahun menempati urutan ketiga sebanyak 40 orang atau sebesar 22%. Dan yang terakhir ialah UMKM yang berusia <25 tahun sebanyak 19 orang atau sebesar 11%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 5
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD	3	2%
SMP	7	4%
SMA/ SMK	100	56%
Diploma	25	14%
Sarjana	45	25%
Jumlah	180	100%

Sumber : Pengolahan Data Kuesioner 2023

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa UMKM Juara di Kabupaten Garut berdasarkan pendidikan, yang paling banyak UMKM ialah pendidikan SMA/ SMK sebanyak 100 orang atau sebesar 56%. Peringkat kedua yakni pendidikan sarjana sebanyak 45 orang atau 25%. Peringkat ketiga adalah Pendidikan Diploma 25 orang atau 14%. Kemudian pendidikan SMP 7 orang, dan pendidikan SD berjumlah 3 orang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 6
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan

Penghasilan	Frekuensi	Prosentase
< Rp.10.000.000	126	70%
Rp.10.000.000 - Rp.15.000.000	35	19%
Rp.15.000.000 - Rp.20.000.000	15	8%
> Rp.20.000.000	4	2%
Jumlah	180	100%

Sumber : Pengolahan Data Kuesioner 2023

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa UMKM Juara di Kabupaten Garut yang paling banyak adalah pendapatan kurang dari Rp. 10.000.000 sebanyak 126 orang atau sebesar 70%. Terbanyak kedua ialah yang berpendapatan sekitar Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000 sebanyak 35 orang atau 19%. Dan yang paling rendah adalah yang berpendapatan di atas Rp. 20.000.000 sebanyak 4 orang atau 2%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Tabel 7
Jumlah Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Usia	Frekuensi	Presentase
Menikah	30	17%
Belum Menikah	133	74%
lainnya	17	9%
Jumlah	180	100%

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah belum menikah sebanyak 133 orang dengan presentase 74%. Sedangkan responden Menikah sebanyak 30 orang atau sebesar 17%, kemudian lainnya (duda/ janda) sebanyak 17 orang atau sebesar 9%. Pemilik UMKM berstatus belum menikah yang lebih mendominasi.

Koefisien Determinasi sub struktur 1

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh Inovasi Digital (X) terhadap Kompetensi UMKM (Y) UMKM Juara di Kabupaten Garut.

Tabel 8
Koefisien Determinasi
Model Summary^b X terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.552	3.874

a. Predictors: (Constant), InovasiDigital

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,745 atau 74,5%. Kerangka hubungan kausal empiris antara X terhadap Y dapat dibuat melalui persamaan struktural sebagai berikut:

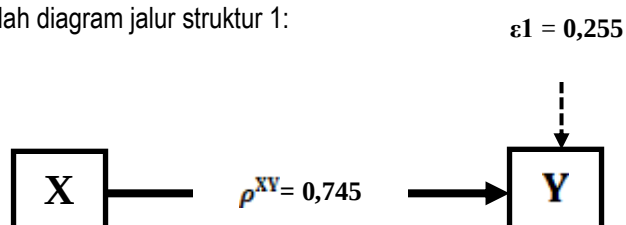
Besaran koefisien residu ialah sebesar:

$$\rho_{Y\epsilon 1} = \sqrt{1 - 0,745} = 0.255$$

Sub struktur 1:

$$\begin{aligned} Y &= \rho^{XY} + \rho_{Y\epsilon 1} \\ &= 0.745 X + 0,255 \epsilon 1 \end{aligned}$$

Berikut adalah diagram jalur struktur 1:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Gambar 1

Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X terhadap Y

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur sub struktur 1, maka memberikan informasi secara objektif sebagai berikut: besarnya kontribusi Inovasi Digital (X) yang secara langsung mempengaruhi Kompetensi UMKM (Y) adalah 0,745 = 74,75%.

Koefisien Determinasi sub struktur 2

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh Inovasi Digital (X), Kompetensi UMKM (Y), terhadap Resiliensi *Entrepreneurship* (Z) pada UMKM Juara di Kabupaten Garut.

Tabel 4.9
 Koefisien Determinasi (X, Y, terhadap Z)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.580	4.413

a. Predictors: (Constant), KompetensiUMKM, InovasiDigital

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

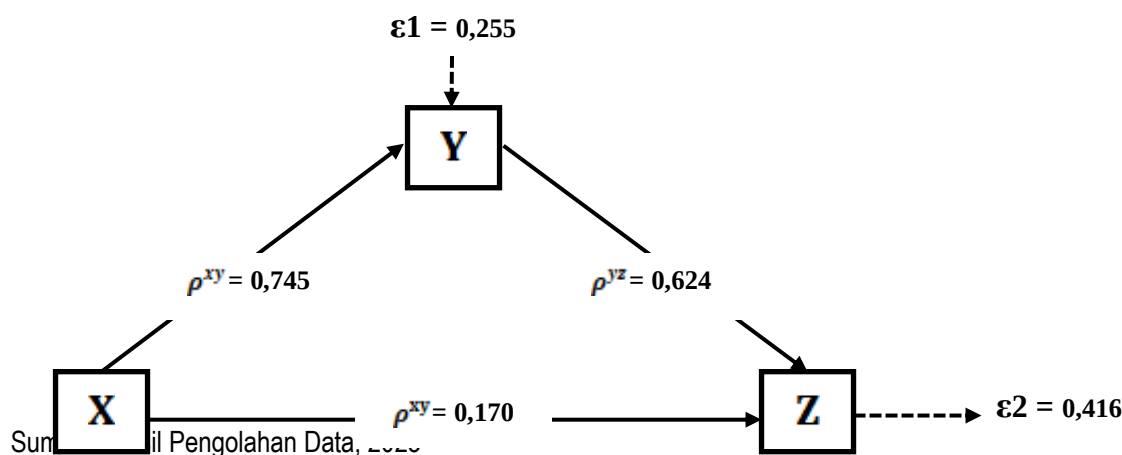
Hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,584 atau 58,4%. Kerangka hubungan kausal empiris antara X, Y, terhadap Z dapat dibuat melalui persamaan struktural sebagai berikut:

Besaran koefisien residu ialah sebesar :

$$\rho_{Z\epsilon 2} = \sqrt{1 - 0,584} = 0.416$$

Sub struktur 2:

$$\begin{aligned} Y &= \rho^{XZ} + \rho^{YZ} + \rho_{Z\epsilon 2} \\ &= 0.745 X + 0,764 Y + 0,416 \epsilon 2 \end{aligned}$$



Gambar 2

Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X, Y terhadap Z

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur sub struktur 2, menunjukkan bahwa X dapat berpengaruh langsung terhadap Z dan dapat juga berpengaruh tidak langsung melalui Y sebagai intervening.

Kesimpulan

Inovasi digital termasuk kategori sangat tinggi dalam mempengaruhi kompetensi UMKM Juara Kabupaten Garut. Pengaruh Inovasi digital terhadap kompetensi UMKM Juara Kabupaten Garut adalah positif. Inovasi digital termasuk kategori sangat tinggi dalam mempengaruhi resiliensi *entrepreneurship* UMKM Juara Kabupaten Garut. Pengaruh Inovasi digital terhadap resiliensi *entrepreneurship* UMKM Juara Kabupaten Garut adalah positif. Kompetensi UMKM termasuk kategori tinggi dalam mempengaruhi resiliensi *entrepreneurship* UMKM Juara Kabupaten Garut. Pengaruh Kompetensi UMKM terhadap resiliensi *entrepreneurship* UMKM Juara Kabupaten Garut adalah positif. Resiliensi *Entrepreneurship* pada UMKM Juara Kabupaten Garut tergambar dari banyaknya potensi, seperti pariwisata, lingkungan, dan sumber daya alam yang ada di Kabupaten Garut diyakini akan meningkatkan perekonomian serta membantu UMKM untuk lebih memahami manfaat dari ekonomi berbasis kreatif. Sektor pemasaran digital memainkan peran penting dalam pengembangan inovasi di UMKM Kabupaten Garut. Pemanfaatan potensi tersebut sebagai bahan yang mampu menghasilkan kualitas nilai tambah dapat membantu mengatasi faktor penghambat keterpurukan ekonomi, dan pemanfaatan pemasaran digital sebagai potensi sumber inovasi teknologi dapat membantu pelaksanaan perekonomian UMKM di Kabupaten Garut.

Referensi

- Affini, D. N., Rivai, V., Nurhayati, M., Permana, D., & Sutawidjaya, A. H. (2022). Building the Concept of Small and Medium Enterprise Business Resilience: Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v10i1.7539>
- Amna Ali Alharthi. (2021). THE ADOPTION OF SOCIAL MEDIA MARKETING BY HOME-BASED BUSINESSES IN SAUDI ARABIA. *Marketing and Management of Innovations*, 6718(3), 252–263.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Ayala, J. C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42(June 2014), 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
- Del Giudice, V., De Paola, P., & Del Giudice, F. P. (2020). COVID-19 infects real estate markets: Short and mid-

- run effects on housing prices in Campania region (Italy). *Social Sciences*, 9(9).
<https://doi.org/10.3390/SOCSCI9070114>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, H. A., Ahmad, N. H., & Ramayah, T. (2019). Sustaining the innovation culture in smes: The importance of organisational culture, organisational learning and market orientation. *Asian Journal of Business Research*, 9(2), 14–33. <https://doi.org/10.14707/ajbr.190059>
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65.
<https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.998>
- Lestari, F., & Muttaqin, R. (2022). Tourist Experience Model Saung Ciburial Tourism Village. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 91–98.
<https://journal.adpebi.com/index.php/AIJMS/article/view/241%0Ahttps://journal.adpebi.com/index.php/AIJMS/article/download/241/319>
- Marfuin, M., & Robin, R. (2021). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *CoMBInES-Conference on Management ...*, 1(1), 425–436.
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combines/article/view/4468>
- Margo Purnomo; Erna Maulina; Ahmad Zaki; Dian Fordian. (2021). STATE OF THE ART OF DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IN FAMILY BUSINESS : CO-AUTHORSHIP AND CO-OCCURRENCE ANALYSIS. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 187–193.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.31103>
- Maulana, B. R., & Bachtiar, N. K. (2022). Pengaruh Ketahanan Usaha, Kinerja Bisnis, Karakter Wirausaha, dan Pertumbuhan Usaha terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM di Jawa Tengah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 1(1), 819–832.
<http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7524%0Ahttp://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/download/7524/3614/>
- Pangandaheng, F., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Dotulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 1106–1115.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41388>
- Pratami, R. D., & Setiawan, F. (2022). Analisis Strategi Resiliensi UMKM Tempe Khas Ngrayun Ponorogo. *The Academy Of Management and Business*, 1(3), 127–133. <https://doi.org/10.55824/tamb.v1i3.183>
- Rakib, M., & Said, M. I. (2023). Analisis Pengembangan UMKM Melalui Digital Entrepreneurship Dengan Model Triplehelix Pada Pasar Hanggar Talasalapang di Kota Makassar. 4(1).
- Rejeki, & Asri. (2018). Resiliensi Sebagai Modal Utama Start Up Bisnis. *Proceeding National Conference Psikologi, January*, 240–243.
- Rizqan Zakiy, M., & Fairuzzabadi. (2019). Pengaruh Entrepreneurial Resilience Terhadap Entrepreneurs Perceived Success Yang Dimoderasi Oleh Stakeholder Engagement Pada Pengusaha Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(3), 459–473.
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/12287>
- Saputra, N. E. S. D. P. (2022). Strategi UMKM bertahan melewati Covid-19: menjadi fleksibel dan kolaboratif. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 33–47. <https://doi.org/10.33105/itrev.v7i1.500>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Urbancova, H. (2013). Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82–96. <https://doi.org/10.7441/joc.2013.01.06>