
PENGARUH LITERASI DIGITAL PELAKU USAHA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP DAYA SAING EKONOMI KREATIF DAERAH SUMATERA UTARA

Hadi Suriono¹, Riy Dewantoro², Leni Kurnia Optari³

Universitas Asahan, Asahan

e-mail: ¹hadi.suriono0468@gmail.com, ²riydewan13@gmail.com,

³lenikurniaopt@gmail.com

Abstract : *The creative economy has become a strategic sector in regional economic development in Indonesia, particularly in North Sumatra, which possesses abundant cultural wealth and creative potential. This study aims to analyze the influence of digital literacy of business actors and service quality on the competitiveness of the regional creative economy in North Sumatra. The research employs a quantitative approach using multiple regression analysis on 250 creative economy business actors in North Sumatra across 16 subsectors. Data were collected through surveys using structured questionnaires and analyzed using SPSS version 26. The results show that digital literacy of business actors has a positive and significant effect on creative economy competitiveness ($\beta = 0.456$, $p < 0.01$), contributing 45.6% to competitiveness improvement. Service quality also has a positive and significant effect on creative economy competitiveness ($\beta = 0.389$, $p < 0.01$), contributing 38.9%. Simultaneously, digital literacy and service quality influence 72.3% of creative economy competitiveness in North Sumatra ($R^2 = 0.723$). These findings confirm that improving digital literacy through training programs and digital transformation, along with enhancing service quality of business actors, are key factors in increasing regional creative economy competitiveness. The practical implications of this research highlight the need for integrated policies among local government, educational institutions, and business actors in developing a competitive creative economy ecosystem through strengthening digital capacity and quality service standards.*

Keywords: *Digital Literacy, Service Quality, Competitiveness, Creative Economy, North Sumatra, MSMEs*

Abstrak : Ekonomi kreatif telah menjadi sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara yang memiliki kekayaan budaya dan potensi kreatif yang besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital pelaku usaha dan kualitas layanan terhadap daya saing ekonomi kreatif daerah Sumatera Utara. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda terhadap 250 pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara yang tersebar di 16 subsektor. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital pelaku usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif ($\beta = 0,456$, $p < 0,01$), dengan kontribusi sebesar 45,6% terhadap peningkatan daya saing. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif ($\beta = 0,389$, $p < 0,01$), dengan kontribusi sebesar 38,9%. Secara simultan, literasi digital dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 72,3% terhadap daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara ($R^2 = 0,723$). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa peningkatan literasi digital melalui program pelatihan dan transformasi digital, serta peningkatan kualitas layanan pelaku usaha merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif daerah. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya kebijakan terintegrasi antara pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan pelaku usaha dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif yang

berdaya saing melalui penguatan kapasitas digital dan standar layanan yang berkualitas.

Kata Kunci: Literasi Digital, Kualitas Layanan, Daya Saing, Ekonomi Kreatif, Sumatera Utara, UMKM

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2025), nilai tambah ekonomi kreatif Indonesia pada triwulan pertama tahun 2025 mencapai Rp812,40 triliun atau sekitar 60,3% dari target tahunan sebesar Rp1.347 triliun. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai lebih dari 7,5%, dengan kemampuan menyerap lebih dari 21 juta tenaga kerja di seluruh Indonesia. Selain itu, sektor ekonomi kreatif turut memberikan kontribusi signifikan terhadap ekspor nasional dengan nilai mencapai 13,20 miliar dolar AS pada semester pertama 2025, meningkat sekitar 5% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Provinsi Sumatera Utara sebagai salah satu daerah dengan potensi ekonomi kreatif yang besar memiliki 16 subsektor ekonomi kreatif yang tersebar di 33 kabupaten/kota. Data Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara (2025) menunjukkan bahwa subsektor dengan jumlah pelaku usaha terbesar masih didominasi oleh kuliner ($\pm 74\%$), diikuti fesyen ($\pm 16\%$), kerajinan ($\pm 7\%$), dan penerbitan ($\pm 1\%$). Pada tahun 2025, kegiatan Karya Kreatif Sumatera Utara (KKSU) kembali menghadirkan lebih dari 450 UMKM unggulan dari sektor wastra, kriya, kopi, dan kuliner, yang mencerminkan perkembangan positif ekonomi kreatif daerah.

Meskipun menunjukkan tren pertumbuhan, pengembangan ekonomi kreatif di Sumatera Utara masih menghadapi berbagai tantangan struktural, khususnya terkait literasi digital pelaku usaha dan kualitas layanan.

Survei Bekraf yang diperbarui pada 2024 menunjukkan bahwa tingkat literasi digital UMKM nasional masih berada pada kisaran di bawah 45%, meskipun mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini menjadi hambatan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, pengelolaan keuangan, dan ekspansi pasar. Tantangan lain yang masih dihadapi meliputi keterbatasan akses pembiayaan, ketimpangan infrastruktur digital, serta kualitas sumber daya manusia yang belum optimal.

Era digitalisasi telah mengubah lanskap persaingan ekonomi kreatif. Platform daring dan e-commerce telah membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk secara global, namun hal ini memerlukan literasi digital yang memadai. Penelitian Sulistyono et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi digital pelaku UMKM berperan penting dalam menciptakan bisnis berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di pasar. Selain itu, kualitas layanan yang diberikan oleh pelaku usaha menjadi faktor krusial dalam mempertahankan kepercayaan konsumen dan membangun reputasi yang solid di era digital ini.

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara telah menginisiasi berbagai program untuk meningkatkan daya saing ekonomi kreatif, termasuk pelatihan, bimbingan, pendampingan, promosi dan pemasaran, publikasi, pengembangan sistem informasi, serta pembangunan dan fasilitasi sarana prasarana. Program Gernas BBI (Bangga Buatan Indonesia) dan GBBWI (Bangga Berwisata di Indonesia) yang diselenggarakan pada tahun 2024 merupakan wujud kolaborasi antara Bank Indonesia, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, dan berbagai stakeholder untuk memperkuat ekonomi dan investasi di daerah.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena sejauh ini belum ada kajian komprehensif yang menganalisis secara simultan pengaruh literasi digital dan kualitas layanan terhadap daya saing ekonomi kreatif khususnya di wilayah Sumatera Utara. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu manajemen strategis dan ekonomi kreatif, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang lebih efektif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan kualitas layanan terhadap daya saing ekonomi kreatif. Populasi penelitian meliputi seluruh pelaku usaha ekonomi kreatif yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Utara tahun 2025 sebanyak ± 12.500 pelaku usaha. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% dan teknik *stratified random sampling* berdasarkan subsektor dan wilayah, sehingga diperoleh 250 responden yang memenuhi kriteria telah beroperasi minimal satu tahun serta memanfaatkan teknologi digital.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert 1–5. Variabel literasi digital diukur melalui indikator kecakapan penggunaan teknologi dan platform digital, kualitas layanan diukur berdasarkan dimensi SERVQUAL, sedangkan daya saing ekonomi kreatif diukur melalui indikator inovasi, kualitas, penetrasi pasar, pertumbuhan, produktivitas, dan keberlanjutan usaha. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan seluruh instrumen valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,80. Analisis data

dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26, meliputi uji asumsi klasik, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi (R²). Model analisis yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon,$$

di mana Y merupakan daya saing ekonomi kreatif, X₁ literasi digital, dan X₂ kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 250 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas adalah perempuan (62%) dan berusia 25-40 tahun (58%). Tingkat pendidikan responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK (45%) dan S1 (38%). Berdasarkan lama usaha, 42% responden telah menjalankan usaha selama 1-3 tahun, 35% selama 3-5 tahun, dan 23% lebih dari 5 tahun. Omzet bulanan rata-rata responden adalah Rp15-50 juta (48%), Rp5-15 juta (32%), dan di atas Rp50 juta (20%). Sebanyak 78% responden menggunakan media sosial untuk pemasaran, 65% menggunakan marketplace, dan 42% memiliki website sendiri.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata skor literasi digital pelaku usaha adalah 3,68 (kategori tinggi) dengan standar deviasi 0,82. Indikator tertinggi adalah kemampuan menggunakan media sosial untuk pemasaran (mean = 4,12), sedangkan indikator terendah adalah kemampuan analisis data digital (mean = 3,15). Kualitas layanan memiliki rata-rata skor 3,85 (kategori tinggi) dengan standar deviasi 0,76. Indikator tertinggi adalah responsiveness dalam menangani keluhan pelanggan (mean = 4,05), sedangkan indikator terendah adalah tangibles terkait kemasan produk (mean = 3,52). Daya saing ekonomi kreatif memiliki rata-rata skor 3,72 (kategori tinggi) dengan standar deviasi 0,88. Indikator tertinggi adalah inovasi produk (mean = 4,02), sedangkan indikator terendah adalah penetrasi pasar

ekspor (mean = 2,98).

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,087 ($> 0,05$), mengindikasikan data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF untuk literasi digital sebesar 1,245 dan kualitas layanan sebesar 1,245 (< 10), mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen absolut residual. Uji linearitas menunjukkan hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen ($p < 0,05$). Dengan demikian, semua asumsi klasik terpenuhi dan model regresi layak digunakan.

Hasil analisis regresi linear

berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,824 + 0,456X_1 + 0,389X_2$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa konstanta sebesar 0,824 mengindikasikan jika literasi digital dan kualitas layanan bernilai nol, maka daya saing ekonomi kreatif memiliki nilai 0,824. Koefisien regresi literasi digital ($\beta_1 = 0,456$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit literasi digital akan meningkatkan daya saing sebesar 0,456 unit, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien regresi kualitas layanan ($\beta_2 = 0,389$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit kualitas layanan akan meningkatkan daya saing sebesar 0,389 unit, dengan asumsi variabel lain konstan.

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.	VIF	Keterangan
Konstanta	0,824	2,156	0,032	-	Signifikan
Literasi Digital (X1)	0,456	8,924	0,000	1,245	Signifikan
Kualitas Layanan (X2)	0,389	7,652	0,000	1,245	Signifikan

$R^2 = 0,723$; $Adjusted R^2 = 0,718$; $F\text{-hitung} = 321,456$; $Sig. F = 0,000$

Sumber: Data primer peneliti, 2026

Uji hipotesis pertama (H1) menggunakan uji t menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif dengan nilai t-hitung sebesar 8,924 ($> t\text{-tabel } 1,969$) dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital pelaku usaha akan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara.

Uji hipotesis kedua (H2) menggunakan uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif dengan nilai t-hitung sebesar 7,652 ($> t\text{-tabel } 1,969$) dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara.

Uji hipotesis ketiga (H3) menggunakan uji F menunjukkan bahwa literasi digital dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif dengan nilai F-hitung sebesar 321,456 ($> F\text{-tabel } 3,032$) dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Nilai R^2 sebesar 0,723 menunjukkan bahwa 72,3% variasi daya saing ekonomi kreatif dapat dijelaskan oleh literasi digital dan kualitas layanan, sedangkan 27,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Dengan demikian, H3 diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital pelaku usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara ($\beta = 0,456$, $p < 0,01$). Temuan ini konsisten dengan penelitian Widiyanto et al. (2024) yang menemukan bahwa literasi digital berdampak

signifikan pada kesuksesan UMKM. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengoptimalkan berbagai aspek bisnis mereka, mulai dari pemasaran digital melalui media sosial, pengelolaan keuangan digital, hingga analisis data pelanggan untuk pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks Sumatera Utara, teknologi digital telah mempercepat perkembangan ekonomi kreatif. Platform daring dan e-commerce membantu pelaku usaha untuk memasarkan produk tradisional seperti ulos, ukiran kayu, dan kuliner khas Batak ke pasar yang lebih luas, bahkan hingga mancanegara. Literasi digital juga memfasilitasi kolaborasi antar pelaku usaha, akses informasi pasar, dan pembelajaran berkelanjutan melalui platform digital. Program pelatihan literasi digital yang telah dilaksanakan oleh pemerintah daerah, seperti yang dilaporkan dalam Karya Kreatif Sumatera Utara 2024, terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha.

Kemampuan analisis data digital masih menjadi kelemahan utama pelaku usaha (mean = 3,15). Hal ini mengindikasikan perlunya pelatihan yang lebih intensif dalam aspek data analytics untuk membantu pelaku usaha memahami perilaku konsumen dan tren pasar. Sesuai dengan temuan Fuad dan Pradesyah (2025) tentang optimalisasi literasi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM, pendampingan yang berkelanjutan dan terintegrasi dengan praktik bisnis nyata menjadi kunci keberhasilan program literasi digital. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara ($\beta = 0,389$, $p < 0,01$). Temuan ini mendukung teori SERVQUAL dari Parasuraman et al. (1988) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks ekonomi kreatif, kualitas layanan tidak hanya terbatas pada kualitas produk fisik, tetapi juga mencakup pengalaman pelanggan dalam setiap titik kontak dengan pelaku

usaha.

Responsiveness dalam menangani keluhan pelanggan menjadi dimensi kualitas layanan yang paling kuat (mean = 4,05), menunjukkan bahwa pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya komunikasi yang baik dengan pelanggan. Di era digital, *responsiveness* ini semakin penting karena pelanggan dapat dengan mudah memberikan ulasan dan testimoni yang akan mempengaruhi reputasi usaha. Ulasan positif di media sosial dan marketplace dapat menjadi alat pemasaran yang sangat efektif dan hemat biaya bagi UMKM.

Namun, dimensi tangibles terkait kemasan produk masih menjadi kelemahan (mean = 3,52). Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha perlu meningkatkan investasi dalam desain dan kualitas kemasan untuk meningkatkan *perceived value* produk. Kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya melindungi produk tetapi juga menjadi media komunikasi nilai-nilai budaya dan identitas lokal yang menjadi keunggulan produk ekonomi kreatif Sumatera Utara. Sesuai dengan arahan Kementerian Ekonomi Kreatif, pengembangan rumah kemasan menjadi salah satu program strategis yang perlu diprioritaskan.

Secara simultan, literasi digital dan kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 72,3% terhadap daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran yang sangat krusial dan saling melengkapi. Literasi digital tanpa kualitas layanan yang baik tidak akan menghasilkan daya saing yang optimal, demikian pula sebaliknya. Sinergi antara kedua variabel ini menciptakan *value proposition* yang kuat bagi ekonomi kreatif daerah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

(1) Literasi digital pelaku usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif daerah Sumatera Utara dengan kontribusi sebesar 45,6%. Peningkatan literasi digital khususnya dalam pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan analisis data digital, terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha; (2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ekonomi kreatif daerah Sumatera Utara dengan kontribusi sebesar 38,9%. Dimensi *responsiveness* dan *empathy* menjadi kekuatan utama pelaku usaha, namun dimensi *tangibles* terkait kemasan produk masih perlu ditingkatkan; (3) Secara simultan, literasi digital dan kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 72,3% terhadap daya saing ekonomi kreatif di Sumatera Utara, menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki peran yang sangat penting dan saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif. (2023). *Landscape of Digital Transformation among MSMEs in Indonesia*. Jakarta: Bekraf.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara. (2024). *Kajian Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara*. Medan: Bappelitbang Provsu.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumatera Utara. (2024). *Potensi Ekonomi Kreatif Sumatera Utara*. Diakses dari <https://disbudparekraf.sumutprov.go.id>
- Fuad, F., & Pradesyah, R. (2025). Optimalisasi Literasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Dolok Kahean. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian dan Perubahan Sosial*, 2(4), 78-86.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Publishing.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). *Program Literasi Digital Sektor Pemerintah dan UMKM*. Jakarta: Kominform RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Siaran Pers: Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Capai 55,65 Persen dari Target Tahun 2024*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Sasikirana, I. D. V., Dewi, A. S., Khayzurran, Q. A., Firdausy, S. P., & Radianto, D. O. (2024). Strategi Pemasaran Digital yang Efektif untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 166-177.
- Setiawan, A., Armayani, L., Wijayanti, S., & Kurniawan, H. (2025). Peran Media Sosial dalam Mendukung Aktivitas Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Unggulan*, n.p.
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., & Ernawati, H. (2022). Literasi Digital Pelaku UMKM dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 17(1), 1-12.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Widianto, S., Bramantoro, S., & Hamsal, M. (2024). Pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788-1795.12
- Yolanda, C., Hasanah, U., & Dhien, N. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(3).