

BAB I

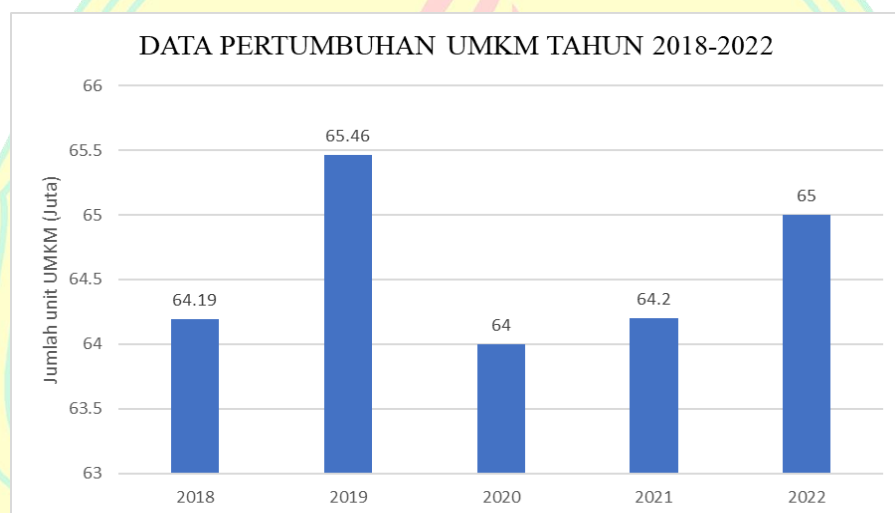
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam ekonomi suatu negara. Menurut *World Bank*, UMKM memiliki peranan penting bagi ekonomi, khususnya di negara berkembang. Bukan hanya berperan di negara berkembang saja UMKM juga memiliki peran penting bagi ekonomi dunia. Menurut *World Bank*, UMKM mendominasi sebagian besar sektor bisnis global dan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi secara global (Tewari, p Skilling & Wu, 2013). Sebagaimana yang disampaikan oleh Haug et al. (2023) bahwa UMKM dianggap menjadi mesin utama dalam penciptaan lapangan kerja. Kulathunga et al. (2020) juga menyebutkan bahwa UMKM berperan krusial dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Data dari *World Bank* mengungkapkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 90% dari total bisnis dan lebih dari 50% lapangan kerja secara global.

Di Indonesia, UMKM memiliki peran krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Menurut informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah sepanjang tahun 2022, jumlah unit UMKM di Indonesia mencatat pertumbuhan hingga mencapai 8,71 juta (Putri, 2023). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dengan perkembangan yang sangat pesat tersebut tentunya UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia, dengan

jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha (Limanseto, 2022). UMKM memberikan peran dalam peningkatan PDB, penyerapan tenaga kerja, kesejahteraan masyarakat, serta pengurangan angka pengangguran (Novitasari, 2022). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia mengungkapkan dalam siaran pers bahwa UMKM menyumbang 60,5% terhadap PDB dan menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional (Limanseto, 2022).



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 2019-2022
Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Data diatas mengindikasikan pertumbuhan UMKM di Indonesia yang secara signifikan bertambah setiap tahun. Pengecualian pada tahun 2020, dimana terjadi penurunan yang cukup signifikan. Penurunan tersebut disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan jumlah UMKM di Indonesia. Walaupun pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan, UMKM mampu menunjukkan ketahanan yang kuat (Bank Indonesia, 2020). Data tersebut menunjukkan bahwa setelah tahun 2020, UMKM secara bertahap berhasil pulih kembali. Kekuatan ketahanan tersebut juga didorong

oleh penerapan digitalisasi dan penggunaan teknologi digital. Bank Indonesia (2020) menyebutkan bahwa, selama pandemi Covid-19, terjadi percepatan dalam adopsi teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, aktivitas produksi, dan investasi. Oleh karena itu, penggunaan platform digital dapat memacu UMKM untuk menjadi lebih tangguh dengan meningkatkan kapasitas yang lebih produktif dan inovatif serta memfasilitasi akses UMKM ke berbagai pasar, sektor industri, dan lembaga keuangan (Bank Indonesia, 2020). Menurut Bank Indonesia (2020) setelah pandemi Covid-19, perubahan UMKM terus dipercepat dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, sehingga mereka dapat memanfaatkan salah satu pelajaran penting dari krisis kesehatan, yaitu penerapan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari.

UMKM juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah, khususnya di DKI Jakarta. Berdasarkan SE2016 Listing yang dikutip dari BPS Provinsi DKI Jakarta (2018), terdapat lebih dari satu juta usaha UMKM di DKI Jakarta, yang berkontribusi sekitar 98,78 persen dari total unit usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah tersebut. Data ini menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi terhadap perekonomian DKI Jakarta. Usaha ini menyediakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 2,5 juta orang di DKI Jakarta, yang setara dengan sekitar 35,07 persen dari keseluruhan angkatan kerja (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2018). Terkait dengan itu pada tahun 2022, sektor industri manufaktur merupakan salah satu sektor yang memberikan sumbangan signifikan terhadap ekonomi DKI Jakarta (BPS DKI Jakarta, 2024). Sektor manufaktur memberikan kontribusi sebesar 12,29 persen terhadap ekonomi

DKI Jakarta dan menyerap tenaga kerja sekitar 10,26 persen. (BPS DKI Jakarta, 2024). Tak hanya itu, Industri Mikro dan Kecil (IMK) sebagai penyedia lapangan pekerjaan mampu menyerap lebih dari 500,28 ribu tenaga kerja pada tahun 2022, meskipun secara keseluruhan tingkat daya saingnya masih tergolong rendah (BPS DKI Jakarta, 2024).

Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan sektor bisnis mengalami pertumbuhan cepat melalui peningkatan efisiensi, inovasi, dan kolaborasi (Lytvyn et al., 2022). Dengan pemanfaatan yang tepat guna oleh pelaku usaha mampu mensinergikan usahanya dengan baik. Selain itu, teknologi digital dapat menciptakan peluang baru bagi para wirausaha (Lytvyn et al., 2022). Hal tersebut terjadi karena informasi yang didapat pelaku usaha baru lebih mudah. Sama halnya dengan fenomena tersebut. Digitalisasi dapat menembus ke semua lapisan, teknologi digital terbaru memungkinkan negara, bisnis, dan populasi berinteraksi lebih efektif dan berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Shtal et al., 2021). Selain itu, kemampuan untuk memanfaatkan digitalisasi kemungkinan besar akan mempercepat proses internasionalisasi suatu perusahaan (Lee et al., 2019).

Dunia di satu sisi semakin berkembang dan terbuka, namun di sisi lain persaingan semakin meningkat dan tuntutan efisiensi perusahaan menjadi semakin ketat (Lytvyn et al., 2022). Dengan adanya perkembangan globalisasi dan digitalisasi yang sangat cepat di seluruh industri menyebabkan persaingan baik internasional maupun nasional yang lebih besar (Qalati et al., 2022). Teknologi digital, yang telah muncul selama dekade terakhir, membantu

meningkatkan efisiensi dan mendorong pesatnya perkembangan perusahaan, sehingga meningkatkan daya saing mereka (Lytvyn et al., 2022). Hal tersebut karena Digitalisasi dapat menembus ke semua lapisan, teknologi digital terbaru memungkinkan negara, bisnis, dan populasi berinteraksi lebih efektif dan berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Shtal et al., 2021).

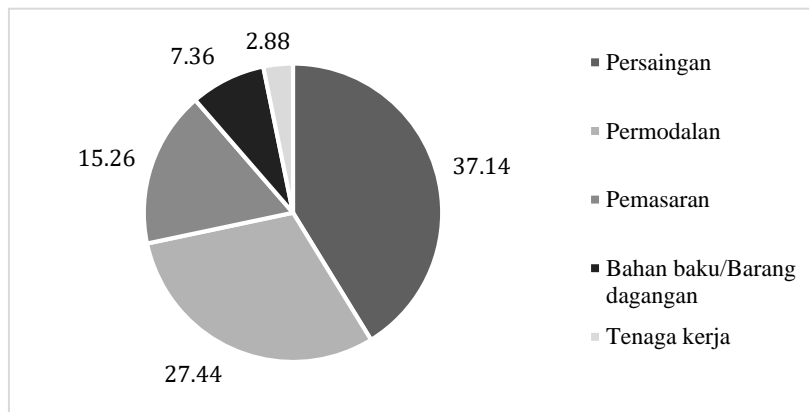
Selain perkembangan zaman, faktor dari *government* juga mempengaruhi persaingan yang ketat antara para pelaku usaha UMKM. Untuk dianggap sebagai negara maju, ada standar tertentu yang harus terpenuhi, di antaranya adalah rasio kewirausahaan minimal sebesar 4% (Mustopo, 2022). Namun, menurut laporan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, rasio kewirausahaan di Indonesia masih berada pada angka 3,18%. Berdasarkan data tersebut, untuk mencapai rasio minimal 4%, Indonesia membutuhkan setidaknya 2-3 juta wirausaha baru (Mustopo, 2022). Kewirausahaan telah menjadi bagian dari Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 yang bertujuan untuk meningkatkan proporsi kewirausahaan nasional menjadi 3,9% dari keseluruhan populasi Indonesia (Mustopo, 2022).

Dengan adanya percepatan globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat serta kebijakan pemerintah untuk meningkatkan rasio kewirausahaan tersebut maka muncullah sebuah masalah baru yaitu tuntutan persaingan. Adanya tuntutan persaingan inilah yang mengharuskan pelaku usaha untuk membuat sebuah inovasi dalam produk/jasa yang

dijual/ditawarkan. Dengan adanya inovasi produk diharapkan mampu memperkecil persaingan karena barang/jasa yang ditawarkan memiliki ciri khas masing-masing. Castillo Vergara & García Pérez de Lema (2021) menyebutkan bahwa inovasi produk memberikan kontribusi untuk pembaruan perusahaan/usaha dan merupakan kesempatan yang sangat banik untuk pertumbuhan dan eksistensi di pasar baru. Asimilasi dan implementasi inovasi yang efektif, digitalisasi proses bisnis memungkinkan perusahaan meningkatkan produktivitasnya, mencapai tingkat daya saing yang diperlukan, dan mengambil posisi stabil di pasar (Lytvyn et al., 2022).

Selain itu, Hasan (2021) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif dan UMKM saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Secara global, sektor ekonomi kreatif menunjukkan pertumbuhan yang paling pesat, menyumbang sekitar 3,1 % dari Produk Domestik Bruto (PDB) global dan memberikan pekerjaan atau lapangan kerja bagi 6.2% atau sekitar 30 juta orang di seluruh dunia (Ministry of Foreign Affairs, 2022). Di Indonesia, Ekonomi Kreatif berperan signifikan dengan memberikan kontribusi sekitar USD 82 miliar terhadap total PDB nasional dan sekitar USD 23,9 miliar dari nilai total ekspor nasional (Ministry of Foreign Affairs, 2022). Pada saat yang sama juga mendorong inklusi sosial dan kewirusahaan, termasuk dikalangan perempuan dan para pemuda (Ministry of Foreign Affairs, 2022). Dengan fenomena tersebut pelaku bisnis dihadapkan pada tuntutan untuk menemukan inovasi dan kreativitas dalam upaya mengembangkan usaha mereka (Hasan et al., 2021) agar dapat bersaing dipasar dan mampu memberikan kontribusi signifikan

pada perekonomian negara. Oleh karena itu, UMKM perlu terlibat dalam inovasi di berbagai aspek, termasuk produk, strategi pemasaran, distribusi, dan sistem lainnya (Hasan et al., 2021).



Gambar 1.2 Presentase Kendala yang Dihadapi Pelaku UMKM DKI Jakarta Berdasarkan Jenis Kendalanya (Persen)

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta (2018), diolah oleh Penulis (2024)

Secara khusus, DKI Jakarta sebagai pusat ekonomi di Indonesia memiliki sektor UMKM yang memiliki potensi besar (Katya & Saraswati, 2021). Data dari BPS Provinsi DKI Jakarta (2018) menunjukkan bahwa sekitar 42,25 persen UMKM menunjukkan prospek yang lebih menjanjikan di masa depan. Namun terdapat kendala yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM. Data diatas menunjukkan bahwa masalah yang paling besar dihadapi oleh pelaku umkm di DKI Jakarta adalah adanya persaingan. Diikuti oleh permodalan, pemasaran dan masalah bahan baku atau barang dagangan .

Dalam tantangan-tantangan yang ditemui, Pemerintah provinsi DKI Jakarta memulai sebuah program untuk mendukung dan memfasilitasi kolaborasi antara sumber daya dan potensi UMKM di wilayah tersebut agar lebih kompetitif, yang dikenal dengan program Jakpreneur (Katya & Saraswati, 2021). Sasaran utama dari program Jakpreneur adalah meningkatkan jumlah

dan kualitas pengusaha yang kompetitif, yang akan mendukung pertumbuhan dan distribusi ekonomi yang merata di DKI Jakarta dalam jangka panjang. (Katya & Saraswati, 2021). Program ini berfungsi sebagai tempat bagi kreativitas, fasilitasi, dan kerjasama dalam mengembangkan UMKM (Hanggara & Simorangkir, 2021). Pengembangan ini terjadi melalui ekosistem kewirausahaan, termasuk start-up, institusi pendidikan dan lembaga pembiayaan (Hanggara & Simorangkir, 2021). Selaras dengan Donahue & Zeckhauser yang dikutip dari Jing & Besharov (2014) menyatakan bahwa, kolaborasi menjadi kunci dalam administrasi publik modern untuk meningkatkan produktivitas dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih efisien.

Inovasi produk dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat bersaing di pasar yang dinamis dan terus berubah. Sejalan dengan (Bettioli et al., 2022) yang menyebutkan bahwa, inovasi mampu menjadi alat untuk mengatasi tantangan lingkungan yang tidak pasti dan cepat berubah. Perubahan lingkungan yang sangat cepat bisa menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha untuk berkembang sekaligus menjadi tantangan bagi para pelaku usaha (Qalati et al., 2022). Kemampuan inovatif adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan lahirnya perusahaan global untuk mempercepat proses internasionalisasi meskipun sumber daya terbatas (Shepherd & Patzelt, 2018). Inovasi teknologi dan non-teknologi dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Weerawardena, 2003). Misalnya, kemampuan inovasi meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengembangkan produk

inovatif dan meningkatkan kecepatannya dalam memperkenalkan produk ke pasar (Lee et al., 2019; Sok & O’Cass, 2011)

Inovasi dipandang sebagai proses penggabungan di mana unsur-unsur pengetahuan digabungkan untuk menghasilkan pengetahuan baru (Haug et al., 2023). Malkawi & Rumman (2016) menyebutkan bahwa para pelaku UMKM mengandalkan kreativitas untuk memperbaiki kinerja inovasi mereka, namun keterbatasan sumber daya menghambat proses ini, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini sejalan dengan pandangan Trijayanto (2018) yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan yang tinggi pada tenaga kerja dapat mendorong kreativitas dan inovasi dalam pelaksanaan pekerjaan mereka (Trijayanto, 2018). Penelitian dari Suparno (2022) juga menyebutkan bahwa Pendidikan ekonomi berdampak langsung terhadap kreativitas. Meningkatnya pengetahuan dalam suatu bidang dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi individu (Shepherd & Patzelt, 2018). Menurut Freddie Choo and Ken T. Trotman yang dikutip dari Shepherd & Patzelt (2018), ketika individu memperoleh pengetahuan tambahan tentang suatu tugas melalui pengalaman, mereka menjadi lebih efisien dengan fokus pada aspek-aspek krusial dari tugas tersebut. Hal ini umumnya mencakup aspek-aspek yang memberikan pengaruh paling besar terhadap hasil keputusan (Shepherd & Patzelt, 2018). Dengan demikian, semakin banyak akses ke berbagai jenis pengetahuan yang relevan, semakin tinggi peluang inovasi (Haug et al., 2023).

Teori *human capital* menjelaskan bahwa peningkatan pengetahuan dalam suatu bidang memungkinkan individu untuk meningkatkan efisiensinya

serta memusatkan perhatian pada aspek-aspek kunci yang mempengaruhi hasil positif dari keputusan (Tang & Murphy, 2012). Informasi yang dibutuhkan untuk menciptakan produk dan layanan baru yang diminati oleh pasar memerlukan pengetahuan khusus mengenai masalah pelanggan, cara mengatasi masalah tersebut, serta pemahaman tentang pasar itu sendiri (Tang & Murphy, 2012). Pengetahuan yang dimaksud dapat diklasifikasikan sebagai pengetahuan ekonomi, yang mencakup pemahaman tentang pasar itu sendiri. Khusaini (2013) mengungkapkan bahwa ekonomi mikro mencakup studi tentang aktivitas ekonomi dari setiap unit ekonomi, termasuk interaksi di pasar barang, perilaku penjual dan pembeli, serta interaksi di pasar faktor produksi (Khusaini, 2013). Pengetahuan tersebut berkembang seiring waktu dalam jangka waktu yang relatif panjang, seperti pengetahuan yang diperoleh dari kegiatan ekonomi sehari-hari, pengalaman di industri atau pendidikan formal. Oleh karena itu, pengetahuan awal tersebut dianggap valid, dapat diandalkan, berkualitas, dan kuat (Tang & Murphy, 2012). Menurut Kolb, Pengetahuan adalah hasil perpaduan antara memahami dan mentransformasi pengalaman (D. A. Kolb, 1984)

Menurut Lundvall (2004), pengetahuan yang diperoleh sebelumnya atau pengetahuan terdahulu menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu hasil utama dari pengetahuan. Seperti pengetahuan sebelumnya tentang pasar, permasalahan pasar dan pelanggan, yang berperan penting bagi inovasi dalam mengenali dan memanfaatkan peluang (Yao et al., 2021). Pengetahuan sebelumnya tentang masalah pasar dan pelanggan juga membantu

mengidentifikasi peluang yang lebih inovatif, yang berdampak positif pada pembentukan ide usaha digital baru (Yao et al., 2021). Menurut Amabile yang dikutip dari Yao et al (2021), secara khusus, pengetahuan sebelumnya tentang masalah pelanggan, pasar, dan kemampuan teknis dapat memfasilitasi pembentukan ide-ide usaha baru dan pemasaran ide-ide tersebut (Yao et al., 2021). Pengetahuan sebelumnya tersebut mengacu pada sumber informasi yang dikembangkan dari pengalaman belajar ekonomi, yang diperoleh dari pengalaman kerja, pendidikan atau cara lain (Kusumawardhany & Trisnawati, 2019). Pengetahuan ekonomi juga memiliki peran penting dalam inovasi untuk meningkatkan produktivitas (European Bank, 2017). Inovasi memungkinkan dunia usaha untuk memproduksi lebih banyak barang dan jasa berkualitas, serta mengurangi penggunaan sumber daya alam dengan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya manusia (European Bank, 2017).

Selain penggunaan sumber daya manusia, penggunaan teknologi digital juga memungkinkan dunia usaha mencapai pertumbuhan pesat melalui efisiensi, inovasi, dan sinergi (Lytvyn et al., 2022). Dengan pemanfaatan yang tepat guna oleh pelaku usaha mampu mensinergikan usahanya dengan baik. Selain itu, teknologi digital juga dapat menciptakan peluang baru bagi para wirausaha (Lytvyn et al., 2022). Hal tersebut terjadi karena informasi yang didapat pelaku usaha baru lebih mudah. Sama halnya dengan fenomena tersebut. Digitalisasi dapat menembus ke semua lapisan, teknologi digital terbaru memungkinkan negara, bisnis, dan populasi berinteraksi lebih efektif

dan berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Shtal et al., 2021).

Keterampilan digital merupakan salah satu kemampuan fundamental yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha di era ekonomi modern saat ini. Kemampuan untuk memanfaatkan digitalisasi kemungkinan besar akan mempercepat proses internasionalisasi suatu perusahaan (Lee et al., 2019). Seperti yang sudah dibahas sebelumnya bahwa digitalisasi membawa informasi semakin cepat tersebar. Dengan keterampilan digital, seorang pelaku usaha dapat mengakses informasi dengan cepat dan secara luas. Selaras dengan Ali (2022) yang menyebutkan bahwa, TIK telah memberikan kemudahan dalam mengakses dan menggunakan sumber informasi secara nyaman dan tepat waktu. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mengembangkan ide dan konsep mereka dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan sebuah inovasi. Bettioli et al (2022) menyebutkan bahwa teknologi baru industri 4.0 telah menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan bisnis, salah satunya membantu perusahaan mengembangkan layanan dan produk. Haug et al. (2023) juga menyebutkan bahwa, terdapat hubungan yang signifikan secara statistik positif antara IT dan inovasi pada UMKM. IT juga mendukung kegiatan intensif pengetahuan yang berkaitan dengan inovasi (Haug et al., 2023). Krisis (kondisi) telah memaksa perusahaan baik perusahaan besar maupun umkm untuk meningkatkan penggunaan teknologi digital untuk tujuan inovasi (Bettioli et al., 2022).

Pelaku usaha dihadapkan pada tuntutan untuk menemukan inovasi dan kreativitas dalam upaya mengembangkan usaha mereka (Hasan et al., 2021). Sedangkan untuk menciptakan inovasi pelaku usaha membutuhkan pengetahuan yang relevan. Teori *Experiential Learning* yang dikutip dari Alice Y. Kolb & David A. Kolb (2005), menyebutkan bahwa belajar/pembelajaran dapat menciptakan pengetahuan. Tidak hanya pengetahuan yang relevan, keadaan teknologi yang semakin canggih ini juga membuat pelaku usaha mau tidak mau harus menguasai keterampilan digital untuk dapat menunjang kegiatan usahanya, terlebih untuk menciptakan inovasi. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk membahas apakah pengalaman belajar ekonomi yang dimiliki pelaku usaha mampu mempengaruhi inovasi produk usahanya. Serta, pengaruh kemampuan digital pelaku usaha terhadap inovasi produk usahanya. Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, penulis bertujuan untuk memberikan judul pada penelitian ini, “Pengaruh Pengalaman Belajar Ekonomi terhadap Inovasi Produk UMKM Jakpreneur DKI Jakarta dengan Mediasi Keterampilan Digital”.

1.2 Fokus Penelitian / Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, meningkatkan globalisasi dan digitalisasi diseluruh industri menyebabkan persaingan yang lebih besar. Oleh sebab itu dibutuhkan inovasi supaya para pelaku usaha bisa bersaing di pasar. Begitu pula yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan UMKM dalam negeri agar dapat bersaing dengan menargetkan para pelaku UMKM bisa

terintegrasi ke dalam ekosistem digital di Indonesia. Namun untuk membuat sebuah inovasi diperlukan berbagai modal. Sedangkan kelemahan UMKM terkait inovasi produk adalah karena rendahnya tingkat Pendidikan dan kurangnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengalaman belajar ekonomi berpengaruh terhadap inovasi produk pada UMKM di DKI Jakarta?
2. Apakah pengalaman belajar ekonomi berpengaruh pada keterampilan digital pada pelaku UMKM di DKI Jakarta?
3. Apakah kemampuan digital berpengaruh terhadap inovasi produk pada UMKM di DKI Jakarta?
4. Apakah pengalaman belajar ekonomi berpengaruh terhadap inovasi produk pada UMKM di DKI Jakarta dengan mediasi keterampilan digital?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengalaman belajar ekonomi terhadap inovasi produk UMKM di wilayah DKI Jakarta.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengalaman belajar ekonomi terhadap keterampilan digital pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keterampilan digital terhadap inovasi produk UMKM di wilayah DKI Jakarta.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengalaman belajar ekonomi terhadap inovasi produk UMKM di wilayah DKI Jakarta yang dimediasi oleh keterampilan digital.

1.5 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan dan sumber pemikiran dalam menambah ilmu pengetahuan
 - b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan bagi penelitian penelitian selanjutnya
2. Kegunaan praktis
 - a. Bagi masyarakat
Penelitian ini dapat digunakan masyarakat untuk menambah informasi dan ilmu pengetahuan bagi yang berminat mendalami pengaruh pengalaman belajar ekonomi terhadap inovasi produk UMKM yang dimediasi oleh keterampilan digital.
 - b. Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah untuk mengembangkan UMKM dalam berinovasi pada produk usahanya dalam rangka mendorong peningkatan daya saing.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini sangat berguna untuk menambah pengetahuan mengenai pengalaman belajar ekonomi dan keterampilan digital dalam mengembangkan inovasi produk bagi UMKM. Serta penelitian ini berguna sebagai syarat peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana Pendidikan.

d. Bagi Fakultas Ekonomi

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk sumber referensi dan bahan bacaan tentang pengalaman belajar ekonomi dan keterampilan digital dalam mengembangkan inovasi produk UMKM di wilayah DKI Jakarta bagi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dan Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.