

**PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA UMKM
(Studi pada UMKM SEKTOR *Food and Beverage* di Jakarta Selatan)**

Muhamad Tsani Farhan¹, Henry Eryanto², Ari Saptono³

^{1,2,3} Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

E-mail: ¹⁾ donmtfarhan@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi digital sebagai variabel bebas (independen), orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi (intervening), serta kinerja usaha UMKM sebagai variabel terikat (dependen). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 114 UMKM sektor *food and beverage*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode proportional random sampling, dengan metode analisis data jalur (path analysis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, begitu juga dengan literasi digital dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Sejalan dengan hasil penelitian ini, maka disarankan kepada pelaku usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan hendaknya lebih meningkatkan wawasannya terhadap literasi akan teknologi digital karena masih cukup banyak UMKM terkait yang belum menguasai teknologi digital secara masif. Dan juga perlu memiliki orientasi kewirausahaan seperti kemampuan berinovasi, risk taking, dan agresif dalam bersaing yang baik agar tercapainya kinerja usaha yang sehat dan dapat bersaing.

Kata Kunci: Literasi Digital, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Bisnis UMKM

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of digital literacy and entrepreneurial orientation on the business performance of MSMEs in the food and beverage sector in South Jakarta. The variables used in this study are digital literacy as an independent variable, entrepreneurial orientation as a mediating variable (intervening), and MSME business performance as the dependent variable. The sample used in this study amounted to 114 SMEs in the food and beverage sector. The sampling method used is the proportional random sampling method, with the path analysis method. The results of this study indicate that digital literacy and entrepreneurial orientation have a positive and significant impact on MSME business performance, as well as digital literacy mediated by entrepreneurial orientation on MSME business performance in the food and beverage sector in South Jakarta. In line with the results of this study, it is recommended that MSME business actors in the food and beverage sector in South Jakarta should further increase their insight into digital technology literacy because there are still quite a number of related MSMEs that have not mastered digital technology massively. Furthermore, it is also necessary to have an entrepreneurial orientation such as the ability to innovate, risk taking, and be aggressive in good competition in order to achieve healthy and competitive business performance.

Keywords: Digital Literacy, Entrepreneurship Orientation, MSMEs Business Performance

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penting dalam mendukung upaya keberhasilan pembangunan ekonomi regional. Masyarakat dibantu oleh UMKM keluar dari ancaman kemiskinan karena membantu penyerapan tenaga kerja dengan seiring bertambahnya jumlah UMKM (Setiawan, 2006). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, yaitu rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, kurangnya orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, minimnya informasi, dan rendahnya orientasi pasar (*market orientation*) (Edelia & Aslami, 2022). Maka dari itu, hal tersebut merupakan tantangan UMKM agar bisa bersaing dengan usaha besar.

UMKM di DKI Jakarta khususnya Jakarta Selatan masih menemui masalah dalam kinerja usahanya. Pada tahun 2021 ini setidaknya terdapat 325 UMKM Binaan dan hanya sejumlah 23 UMKM yang meningkat kualitasnya. Peningkatan yang dimaksud meliputi adanya pertumbuhan tenaga kerja UMKM Binaan yang baru mencapai 1,4% dari target 2,1% dan perkembangan usahanya untuk meningkat dari level mikro ke usaha kecil dan dari usaha kecil ke usaha menengah sesuai kriteria UMKM pada UU No. 20 Tahun 2008. Jakarta Selatan merupakan salah satu daerah wisata kuliner di DKI Jakarta yang memiliki potensi besar dalam pengembangan produksi dan perdagangan kuliner yang di antaranya terdapat makanan dan minuman (*food and beverage*). UMKM sektor *food and beverage* binaan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta secara umum masuk dalam golongan skala usaha mikro sesuai dengan UU No. 20 tahun 2008 yang memiliki penjualan pertahunnya kurang dari 300 juta dan jumlah karyawan yang masih di bawah 5 orang.

UMKM yang memiliki kinerja unggul yang diungkapkan Dhamayantie & Fauzan (2017) disebabkan oleh meningkatnya kemampuan orientasi kewirausahaan, pengetahuan literasi digital, dan tumbuhnya aset. UMKM *food and beverage* di DKI Jakarta khususnya Jakarta Selatan juga masih mengalami kendala atas hal tersebut. Berdasarkan pra riset yang telah dilakukan kepada responden masalah yang dihadapi ketika menjalankan usaha makanan dan minuman yaitu literasi digital (40%), modal usaha (23,33%), dan orientasi kewirausahaan (36,67%). Dapat ditarik kesimpulan bahwa pada era revolusi industri 4.0 yang mayoritas berpegangan pada teknologi, UMKM *food and beverage* di Jakarta Selatan masih mengalami kendala teknologi dalam menjalankan usahanya. Data tersebut juga menunjukkan bahwa UMKM *food and beverage* mengalami masalah pada literasi digital dan orientasi kewirausahaan. Namun, modal memiliki data persentase paling rendah sehingga modal tidak disertakan dalam penelitian ini karena UMKM juga mendapatkan modal usaha awal dari peminjaman dana dari Bank dan juga modal binaan dari Bantuan Presiden (Banpres) Produktif sehingga tidak mempengaruhi kinerja usaha para pelaku UMKM.

Hal ini sejalan dengan penelitian Nizam et al., (2020) bahwa faktor yang berperan penting dalam keberhasilan usaha adalah orientasi kewirausahaan yang merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan yang dijalankan. Oktaviani & Rustandi (2018) mengemukakan bahwa literasi digital bermula dari literasi komputer dan informasi yang mampu membuat kinerja usaha UMKM menjadi lebih meningkat yaitu menjadi usaha yang lebih mudah dijangkau konsumen karena tidak terbatas oleh jarak. Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, teknologi memegang peranan penting di

dunia usaha dan bisnis. Tercantum dalam laporan *We Are Social and Hootsuite*, Indonesia merupakan negara ke-5 yang paling aktif secara digital di dunia dengan memiliki pengguna jaringan internet terbanyak di dunia yaitu 51%. Oleh sebab itu, potensi yang dimiliki Indonesia untuk menjadi bisnis *start up* sangat menjanjikan dan sebab itu literasi digital sangat penting dan dibutuhkan bagi para pelaku usaha.

UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan menurut peneliti melalui pra risetnya juga masih mengalami kendala dalam hal orientasi kewirausahaan dikarenakan pelaku usaha memiliki karakteristik daya saing yang berbeda-beda. UMKM *food and beverage* di Jakarta Selatan yang memiliki daya saing tinggi mampu mengembangkan usahanya dan dapat bertahan di pasar, tetapi bagi para pelaku UMKM tersebut yang berdaya saing rendah usahanya mengalami stagnansi karena kalah bersaing dengan pelaku usaha yang lain dan hanya membuka *stand-stand* jualan setiap harinya saja. Penyebab kemampuan daya saing yang rendah tersebut karena pelaku usaha kesulitan untuk lebih mengembangkan usahanya. Sehingga berakibat pada penjualan yang diterima cenderung tidak mengalami peningkatan/stagnan. Namun, bagi para pelaku UMKM yang mampu bersaing tentu mereka dapat mengalami peningkatan penjualan sehingga dapat untuk mengembangkan usahanya dan kesejahteraan hidupnya juga ikut meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Resource Based View Theory (RBV)

Resource Based View Theory (RBV) atau Teori Sumber Daya merupakan teori pendukung dalam penelitian ini yang dikembangkan oleh Wernerfelt pada tahun 1984. *Resource Based View Theory* yang diungkapkan oleh (Alvarez & Busenitz, 2001) menjelaskan bahwa suatu kinerja usaha UMKM dapat mencapai keunggulan bersaing dipengaruhi karena adanya aset (sumber daya) yang mereka miliki. Sumber daya yang dimaksud terdiri dari aset (harta terlihat dan tidak terlihat), kemampuan (keahlian yang dimiliki oleh karyawan mencakup orientasi kewirausahaan), dan pengetahuan (literasi digital sebagai bentuk penggunaan teknologi) yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber daya tersebut dipercaya sebagai elemen terpenting untuk mencapai kinerja usaha yang unggul. Di samping itu, perusahaan yang memiliki kinerja usaha yang unggul di antaranya yaitu orientasi kewirausahaan / *entrepreneur orientation* (EO) yang merupakan upaya pelaku usaha untuk merebut peluang bisnis melalui perilakunya yang agresif, inovatif, dan keberanian dalam mengambil risiko.

Dari perspektif ini, para pelaku usaha (UMKM) dapat memperoleh profitabilitas dari hasil kinerja usahanya jika mereka memiliki sumber daya yang baik dari sisi aset dan yang terpenting dari sisi kemampuan/keahlian yang dimiliki karyawan yang mencakup orientasi kewirausahaan serta pengetahuan (literasi digital sebagai bentuk penggunaan teknologi).

2.2. Literasi Digital

Menurut Paul Gilster dalam (Wibowo, 2021), literasi digital dimaknai sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format, menekankan pada proses berpikir kritis ketika berhadapan dengan media digital daripada kompetensi teknis sebagai keterampilan inti dalam literasi digital, serta menekankan evaluasi kritis dari apa yang ditemukan melalui media digital daripada keterampilan teknis yang diperlukan untuk mengakses media digital tersebut.

Paul Gilster (Prayoga & Muryanti, 2021) juga menjelaskan beberapa kemampuan yang mesti dimiliki hingga bisa disebut berliterasi digital, yakni kemampuan “pencarian di internet (*internet searching*), *hypertext navigation*, evaluasi konten informasi (*content evaluation*), dan penyusunan pengetahuan (*knowledge assembly*)”. Dengan menganalisa kompetensi inti ini peneliti dapat menilai tingkat literasi digital UMKM makanan dan minuman di Jakarta Selatan dalam kategori rendah, sedang atau tinggi. Hal ini berkaitan erat dengan gerakan UMKM *Go Online* (Jakpreneur) dari Dinas PPKUKM sehingga nantinya pemberian edukasi digital telah menyesuaikan dengan tingkat literasi digital.

2.2. Orientasi Kewirausahaan

Lumpkin & Dess (Isa et al., 2011) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha. Miller (1983) memaparkan bahwa peran orientasi kewirausahaan sebagai salah satu yang terlibat dalam inovasi produk-produk di pasaran, melakukan sedikit usaha untuk mengambil risiko, dan memiliki 'proaktif', serta memberikan suatu gebrakan untuk mengalahkan kompetitor. Covin dan Slevin (Mustikowati & Tysari, 2015) mengemukakan suatu model yang terintegrasi dan terpadu yang menjelaskan hubungan antara perilaku kewirausahaan dengan lingkungan, strategi, faktor internal perusahaan dan kinerja perusahaannya.

Menurut Lumpkin & Dess (Fadhillah et al., 2021) orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi, yakni: “keinovatifan (*innovativeness*), pengambilan risiko (*risk taking*), keaktifan (*proactiveness*), keagresifan bersaing (*competitive aggressiveness*), dan otonomi (*autonomy*).”

2.2. Kinerja Usaha UMKM

Kraemer (Fathimah, 2019) menjelaskan kinerja adalah suatu alat ukur yang digunakan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui 3 hal yaitu koordinasi, efisiensi dan perkembangan perdagangan. Yang mana ketiga hal tersebut diharapkan dapat diperoleh dari adopsi teknologi informasi baru oleh suatu perusahaan. Salah satu ukuran kinerja meningkat adalah naiknya penjualan. Menurut Phelan & Sharpley (Rizan, 2020) kinerja usaha merupakan wujud multidimensi yang mencakup hasil operasional dan keuangan perusahaan. Hal ini mengintegrasikan pengetahuan terkait industri, keterampilan manajemen dan motivasi pribadi. Ferdinand (Trihudiyatmanto & Purwanto, 2018) juga berpendapat bahwa kinerja usaha berguna bagi penggunaannya sebagai alat penyedia *feedback* yang membantu manajer dalam mengidentifikasi masalah dan membantu untuk memecahkannya. Fungsi dari pengukuran kinerja sendiri secara umum untuk memonitor, alat komunikasi, dan sebagai dasar *reward system*. Jadi, kinerja usaha juga merupakan suatu prestasi atau pencapaian yang

dikerjakan suatu usaha selama kurun waktu tertentu dan merupakan ukuran suatu organisasi mampu mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Phelan & Sharpley (Maharani et al., 2021). Adapun indikator yang digunakan Phelan & Sharpley untuk mengukur kinerja usaha UMKM yaitu sebagai “peningkatan pendapatan usaha, peningkatan volume penjualan, dan perluasan wilayah pemasaran.”

3. METODE PENELITIAN

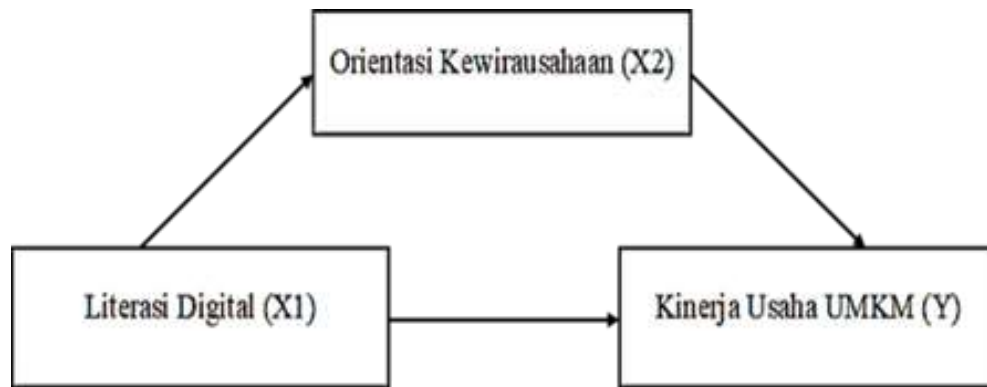
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang didasarkan atas survei terhadap subjek penelitian dimana hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh literasi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada UMKM makanan dan minuman di Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman yang tergabung dalam aplikasi Jakpreneur (binaan Dinas PPKUKM DKI Jakarta). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode dari Slovin dengan signifikansi kesalahan sebesar 5%. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini 103 sampel dari 139 populasi. Sampel penelitian dilakukan dengan teknik *proportional random sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki usaha dalam bidang makanan dan minuman
2. Lokasi operasional berpusat di Jakarta Selatan
3. Menggunakan internet dalam menjalankan operasional usaha sehari-hari
4. Terdaftar pada Dinas PPKUKM DKI Jakarta

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni menggunakan data utama atau primer dengan pengisian kuesioner digital melalui google form karena situasi/kondisi yang belum memadai untuk penelitian langsung ke lapangan, namun hal tersebut tidak mengubah tujuan dari penelitian ini. Sebelum disebarkan kepada responden, kuesioner tersebut diuji dulu kepada 30 responden terpilih guna dipastikan validitas dan reliabilitasnya. Setelah dilakukan pengisian oleh seluruh responden (114 reponden), lalu selanjutnya data diolah menggunakan SPSS dengan rincian uji:

1. Prasyarat analisis (normalitas, linearitas);
 2. Uji hipotesis menggunakan *path analysis* (uji t, uji f, koefisien determinasi)
- Uji pengaruh tidak langsung menggunakan uji sobel.

Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat diilustrasikan dalam konstelasi diagram berikut:



Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

Gambar 1 Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1 Variabel X1	114	56	70	64.70	2.881
X2 Variabel X2	114	58	72	66.61	2.244
Y Variabel Y	114	49	57	53.89	1.525
Valid N (listwise)	114				

Sumber: Output SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dijelaskan bahwa total data yang digunakan adalah sebanyak 114 responden dari total 139 populasi. Variabel X1 memiliki standar deviasi sebesar 2,881 dengan nilai terendah sebesar 56, nilai tertinggi sebesar 70 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 64,70. Variabel X2 memiliki standar deviasi sebesar 2,244 dengan nilai terendah sebesar 58, nilai tertinggi sebesar 72 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 66,61. Variabel Y memiliki standar deviasi sebesar 1,525 dengan nilai minimum sebesar 49, nilai maksimum sebesar 57 dan nilai rata-rata (mean) sebesar 53,89.

4.1.1. Uji Prasyarat Analisis

1) Uji Normalitas

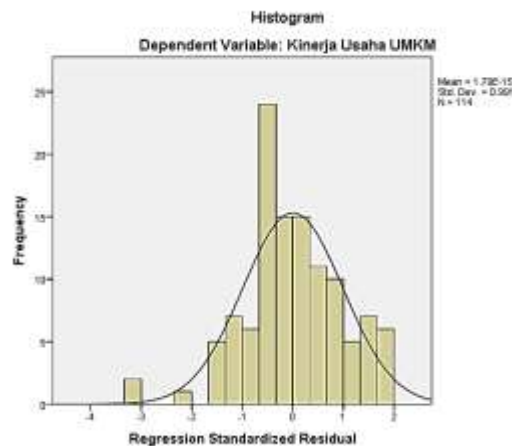
Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel 2 berikut.

Tabel 2 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48823490
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

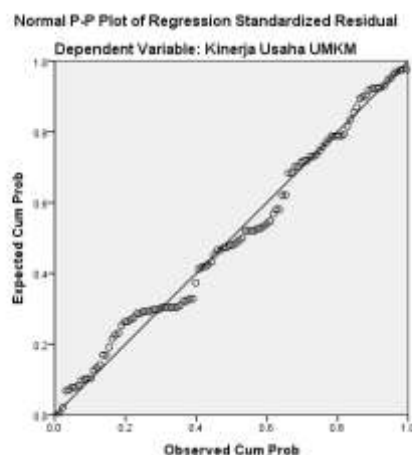
Sumber: *Output SPSS* diolah peneliti (2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, data dinyatakan normal karena Sig. bernilai $0,200 > 0,05$. Data diketahui nilai residual berdistribusi normal. Begitu juga dengan hasil menggunakan uji histogram dan Normal Probably Plot di bawah ini:



Sumber: *Output SPSS* diolah peneliti (2022)

Gambar 2 Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: *Output SPSS* diolah peneliti (2022)

Gambar 3 Uji Normalitas dengan P Plot

Melihat gambar histogram di atas, dapat terlihat gambar berbentuk lonceng begitu juga dengan titik-titik pada Normal P-P Plot yang mengikuti alur garis diagonal. Itu berarti data pada penelitian ini sudah berdistribusi dengan normal dan lulus uji normalitas.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan perangkat bantuan SPSS. Apabila hasil Sig. Deviation from Linearity pada tabel Anova > 0.05 berarti, adanya hubungan yang linier antar variabel. Hasil uji linearitas dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas

Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha UMKM	<i>Deviation from Linearity</i>	<i>Sum of Square</i>	43.860
		<i>df</i>	12
		<i>Mean Square</i>	3.655
		<i>F</i>	1.670
		<i>Sig.</i>	0.085
Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM	<i>Deviation from Linearity</i>	<i>Sum of Square</i>	8.895
		<i>df</i>	11
		<i>Mean Square</i>	0.805
		<i>F</i>	0.336
		<i>Sig.</i>	0.976

Sumber: Output SPSS diolah peneliti (2022)

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel literasi digital dengan variabel kinerja usaha UMKM diketahui nilai *Sig. Deviation from Linearity* $0,085 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel literasi digital dengan variabel kinerja usaha UMKM. variabel orientasi kewirausahaan dengan variabel kinerja usaha UMKM diketahui nilai *Sig. Deviation from Linearity* $0,976 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel orientasi kewirausahaan dengan variabel kinerja usaha UMKM.

4.1.2 Uji Hipotesis

1) Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji F, dan Koefisien Determinasi

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur yang dikembangkan oleh Sewal Wright pada tahun 1934. Analisis ini digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel eksogen (exogenous) dengan variabel endogen (endogenous). Variabel eksogen yakni variabel yang tidak terdapat penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju ke arahnya. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang ada penyebab eksplisitnya (Yudiaatmaja, 2017). Sedangkan koefisien determinasi (R^2) merupakan metode uji hipotesis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi menggunakan nilai R square (R^2). Nilai dari koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika R^2 nilainya kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat terbatas. Namun, ketika R^2 nilainya mendekati satu artinya variabel independennya mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Dan uji F

dalam penelitian mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan pada model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hasil koefisien jalur persamaan dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4 Model Persamaan Struktural

No.	Persamaan	F	R ²
1.	LDOK = 0.705X + e1	110.535	0.497
2.	OKKU = 0,304X + 0,625Z + e2	167.218	0.751

Sumber: *Output SPSS* diolah peneliti (2022)

Hasil uji F tersebut menyatakan, Fhitung antara variabel literasi digital terhadap variabel orientasi kewirausahaan sebesar 110,535. Nilai Ftabel sebesar 3,93. Berdasarkan Uji F tersebut, literasi digital dapat mempengaruhi orientasi kewirausahaan dikarenakan Fhitung > Ftabel. Tabel tersebut menunjukkan nilai Rsquare sebesar 0,497 yang artinya, literasi digital berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan sebesar 49,7%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada persamaan II, hasil uji F tersebut menyatakan, Fhitung sebesar 167,218. Nilai Ftabel sebesar 3,93. Berdasarkan Uji F tersebut, literasi digital dan orientasi kewirausahaan dapat mempengaruhi kinerja usaha UMKM secara signifikan dikarenakan Fhitung > Ftabel. Tabel tersebut menunjukkan nilai Rsquare sebesar 0,751 yang berarti literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM sebesar 75,1%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2) Uji Parsial (t)

Uji T dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y) secara parsial. Penelitian ini dalam melakukan uji hipotesis sesuai dengan rumus uji t. Hasil uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji t (Parsial)

No.	Hubungan Pengaruh	Koefisien Jalur	Statistik	Hipotesis	Signifikan	Keterangan
1.	Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha UMKM	0.304	0.045	H1	0.000	Diterima
2.	Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM	0.625	0.041	H2	0.000	Diterima
3.	Literasi Digital terhadap Orientasi Kewirausahaan	0.705	0.074	H3	0.000	Diterima

Sumber: *Output SPSS* diolah peneliti (2022)

Hasil *output* tersebut menyatakan, beta atau koefisien jalur pengaruh langsung literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM adalah 0,304 dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05). Hal tersebut menandakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara

literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM sebesar 0,304. beta atau koefisien jalur pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM adalah 0,625 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menandakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM sebesar 0,625. Dan beta atau koefisien jalur pengaruh langsung literasi digital terhadap orientasi kewirausahaan adalah 0,705 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Itu berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi digital terhadap orientasi kewirausahaan sebesar 0,705.

3) Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Sobel Test*)

Pada penelitian ini, pengaruh tidak langsung yang dicari yaitu pengaruh variabel literasi digital terhadap variabel kinerja usaha UMKM melalui variabel orientasi kewirausahaan. Dalam penelitian ini juga, nilai pengaruh tidak langsung dapat dicari dengan cara mengalikan koefisien jalur variabel terikat terhadap variabel mediasi/*intervening* dengan koefisien jalur variabel mediasi terhadap variabel bebas kemudian mengujinya dengan menggunakan uji sobel. Pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM dimediasi orientasi kewirausahaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6 Hasil Sobel Test

No.	Variabel Independen	Variabel Dependen	Variabel Intervening	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
1.	Literasi Digital	Kinerja Usaha UMKM	Orientasi Kewirausahaan	-	0.44	0.44

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dilihat dari hasil analisis di atas, pengaruh yang diberikan literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM melalui orientasi kewirausahaan sebesar 0,440625. Itu berarti H_0 ditolak dan H_a diterima karena terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM melalui orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM

Mengacu dari hasil penelitian di atas, H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang mana berarti terdapat pengaruh antara literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hasil ini terlihat pada tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,551 > 1,9816$).

Nilai koefisien bernilai positif yaitu sebesar 0,304. Maka dari itu, jika terjadi peningkatan pada literasi digital, akan menaikkan tingkat kinerja usaha UMKM sebesar 0,304 dengan asumsi variabel lain adalah tetap.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hamsal, 2021) menghasilkan literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Kinerja UMKM akan semakin signifikan ketika UMKM mampu memanfaatkan *e-commerce* dengan baik. Bahkan disarankan bagi para pelaku UMKM untuk dapat menerapkan sistem *Online to Offline* yang

memungkinkan masyarakat berbelanja secara online namun dapat membayar, mengambil, mengembalikan secara offline, bahkan dapat membeli secara online di toko offline.

4.2.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disebutkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang mana itu berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9,358 > 1,9816$). Adapun koefisien orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM sebesar 0,625, itu menandakan apabila terjadi peningkatan pada orientasi kewirausahaan akan menaikkan tingkat kinerja usaha UMKM sebesar 0,625 dengan asumsi variabel lain adalah tetap.

Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fairoz et al., (2010) hasil menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara inovasi, proaktif, pengambilan risiko (EO) dengan pertumbuhan penjualan, laba, pertumbuhan lapangan kerja, dan kepuasan pemilik/manajer (Kinerja UMKM). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kraus et al. (2012) pada UMKM di Belanda menunjukan bahwa dimensi EO dari inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif secara signifikan berpengaruh dengan ukuran kinerja bisnis terkait peningkatan laba.

4.2.3. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Orientasi Kewirausahaan

Dari hasil uji di atas menyatakan bahwa H_a diterima. Hal tersebut dibuktikan dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($10,514 > 1,9816$). Kemudian pengaruh yang diberikan sebesar 0,705 dilihat dari pernyataan nilai koefisien beta. Maka dari itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi digital terhadap orientasi kewirausahaan. Apabila terjadi peningkatan pada tingkat literasi digital, maka akan meningkatkan orientasi kewirausahaan sebesar 0,705 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vasuwat et al. (2022) menghasilkan bahwa literasi digital dapat meningkatkan efisiensi perilaku kewirausahaan. Di samping itu, literasi media dan informasi, keamanan digital, dan hukum digital secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan.

4.2.4. Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM Melalui Orientasi Kewirausahaan

Dilihat dari hasil analisis di atas, pengaruh yang diberikan literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM melalui orientasi kewirausahaan sebesar 0,440625 dengan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($8,067 > 1,971$). Itu berarti H_0 ditolak dan H_a diterima karena terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM melalui orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan.

Teori *Resource Based Theory* (RBV) menjelaskan bahwa hasil atau kinerja usaha suatu perusahaan/badan usaha berdasarkan sumber daya yang mereka miliki. Teori tersebut juga menjelaskan kalau perusahaan dapat unggul bersaing karena dipengaruhi oleh kemampuan atau keahlian sumber daya (tenaga kerja) yang mencakup orientasi kewirausahaan serta memiliki pengetahuan (literasi digital sebagai bentuk penggunaan teknologi) yang baik.

Hasil ini selaras dengan penelitian pada jurnal internasional yang dilakukan oleh Yanto (2022) penerapan langkah-langkah kesehatan dan keselamatan juga memaksa pemilik UMKM untuk meningkatkan literasi digitalnya guna menyelesaikan masalah pemasaran yang dihadapi selama pandemi. Keterampilan kewirausahaan memainkan peran penting dalam keberlanjutan UMKM. Keterampilan atau orientasi kewirausahaan ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi digital pada penerapan langkah-langkah kesehatan dan keselamatan di kinerja UMKM.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan paparan pembahasan hasil analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara variabel literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel yaitu $4,551 > 1,9816$ dan juga memiliki nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ yaitu 0,000.
2. Terdapat pengaruh langsung yang positif dan signifikan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel yaitu $9,358 > 1,9816$ dan juga memiliki nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ yaitu 0,000.
3. Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel literasi digital terhadap orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel yaitu $10,514 > 1,9816$ dan juga memiliki nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ yaitu 0,000.
4. Terdapat pengaruh tidak langsung antara variabel literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM melalui orientasi kewirausahaan pada UMKM sektor *food and beverage* di Jakarta Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel yang diuji menggunakan sobel test yaitu $8,067 > 1,9816$ dan juga memiliki nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan orientasi kewirausahaan dapat memediasi hubungan literasi digital terhadap kinerja usaha UMKM secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755–775.
<https://doi.org/10.1177/014920630102700609>
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, March.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2017.v11.i01.p07>
- Edelia, A., & Aslami, N. (2022). The Role Of Empowerment Of The Cooperative And MSME Office In The Development Of Small And Medium Micro Enterprises In Medan City. *MARGINAL : Journal Of Management, Accounting, General Finance*

- And International Economic Issues*, 1(3), 31–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/marginal.v1i3.163>
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01), 1–15.
- Fairoz, F. M., Hirobumi, T., & Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Scale Enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3). <https://doi.org/10.5539/ass.v6n3p34>
- Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7(3), 445–464. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>
- Hamsal, D. (2021). *Orientation Through E-Commerce Adoption on the Msme Performance Moderated By O2O Business*. 110–121.
- Isa, M., Kunci, K., Kewirausahaan, K., & Kewirausahaan, O. (2011). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 159–168.
- Kraus, S., Rigtering, J. P., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182. <https://doi.org/10.1007/s11846-011-0062-9>
- Maharani, S. H., Pebrianto, A., & Rohayati. (2021). Dampak Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Banjarbaru. *urnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga*, 21(1), 48–53.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Ukm. *Jurnal EMA*, 5(2), 1214–1224. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1–20.
- Prayoga, A., & Muryanti, E. (2021). *Peran Guru Dalam Pengenalan Literasi Digital Pada Anak Usia Dini Pada Masa Covid-19 Di Tk Se-Kecamatan*. 4, 11–22.
- Rizan, J. (2020). *Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan , Orientasi pasar dan Orientasi Penjualan terhadap Kinerja Usaha UMKM*. II(4), 961–968.
- Setiawan, H. (2006). *Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha*.
- Trihudiatmanto, M., & Purwanto, H. (2018). Pengaruh Motivasi, Kompetensi dan Orientasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Ukm Pande Besi di Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 31–41. <https://doi.org/10.32500/jematech.v1i1.210>
- Vasuwat, W., Chakpitak, N., Rattanadamrongaksorn, T., & Udomwong, P. (2022). The

- effects of digital literacy on entrepreneurial learning among thai secondary students. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(2), 1–10.
- Wibowo, Y. G. (2021). Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkh) Makanan Islami Dalam Kemasan (Studi Deskriptif tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 127–134.
- Yanto, H. (2022). The Roles of Entrepreneurial Skills, Financial Literacy, and Digital Literacy in Maintaining MSMEs during the COVID-19 Pandemic. *Asian Economic and Financial Review*, 12(7), 504–517. <https://doi.org/10.55493/5002.v12i7.4535>