

Analisis Literasi Digital dan Layanan Terhadap Digitalisasi dan Dampaknya Kepada Kinerja UMKM

Siti Nurfatimah^{1✉}, Bambang Sugiharto², Ainur Rizki³

Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia, Medan, Indonesia

Abstrak

Kinerja UMKM di Kota Medan mencerminkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Sebagai sektor yang penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM di Kota Medan telah menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Mereka tidak hanya berperan dalam menciptakan kesempatan kerja bagi penduduk setempat tetapi juga menjadi tulang punggung ekonomi mikro di berbagai sektor, termasuk perdagangan, jasa, dan industri kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis literasi digital dan layanan terhadap digitalisasi dan dampaknya kepada kinerja umkm. Adapun metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang berada di kecamatan Medan Amplas. Jadi sampel pada penelitian ini adalah pemilik usaha UMKM yang bergerak di bidang kuliner, yang berjumlah 35 orang.

Kata Kunci: Literasi Digital, Layanan, Digitalisasi, Kinerja UMKM.

Abstract

The performance of MSMEs in Medan City reflects their significant contribution to the local economy. As an important sector in creating jobs and increasing community income, MSMEs in Medan City have shown stable growth. They not only play a role in creating employment opportunities for local residents but also serve as the backbone of the micro-economy in various sectors, including trade, services, and creative industries. This study aims to determine the analysis of digital literacy and services towards digitalisation and its impact on MSME performance. The research method used is quantitative. The population in this study are MSME entrepreneurs engaged in the culinary sector in the Medan Amplas sub-district. The sample in this study are MSME entrepreneurs engaged in the culinary sector, totaling 35 people.

Keywords: Digital Literacy, Services, Digitalisation, MSME performance.

Copyright (c) 2025 Siti Nurfatimah

✉ Corresponding author :

Email Address : fatimahsitinur353@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi menuju kearah digitalisasi saat sedang berkembang pesat. Masyarakat cenderung memiliki gaya hidup baru yang sama sekali tidak terlepas dari perangkat elektronik. Teknologi adalah alat yang dapat memenuhi kebutuhan kebanyakan orang. Masyarakat menggunakan teknologi mempermudah penyelesaian tugas dan pekerjaan peran teknologi telah membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membawa perubahan efek positif. Pada saat sama era digital membawa banyak efek negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam hidup manusia di era digital merambah ke berbagai bidang seperti politik, bisnis, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri (Setiawan, 2017).

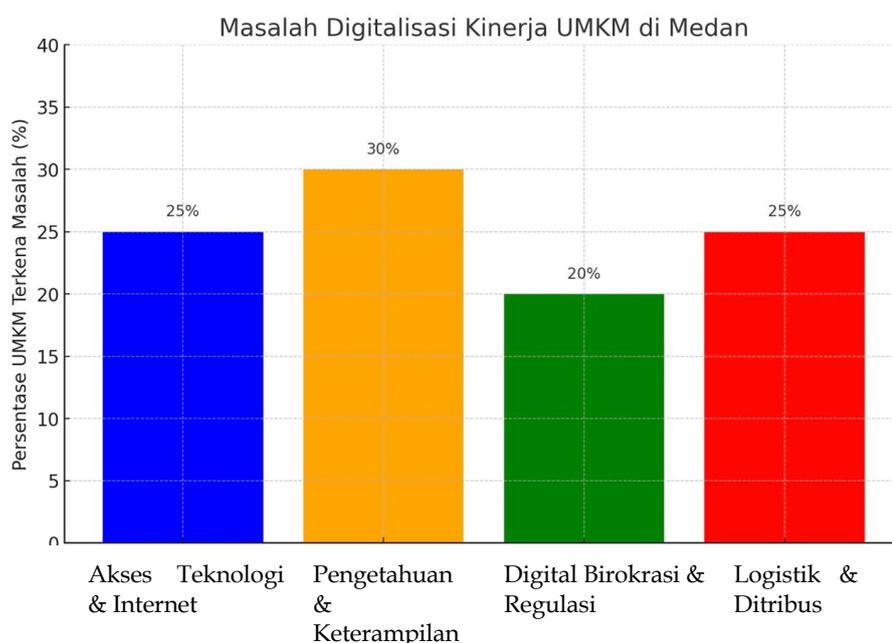
Kinerja UMKM di Kota Medan mencerminkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Sebagai sektor yang penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di

Analisis Literasi Digital dan Layanan.....

Kota Medan memainkan peran vital dalam ekonomi lokal dengan menyediakan lapangan kerja yang signifikan dan mendukung pertumbuhan sektor ekonomi yang beragam. UMKM tersebar di berbagai sektor, termasuk perdagangan, industri kreatif, makanan dan minuman, serta jasa, yang mencerminkan keberagaman dan kekayaan potensi ekonomi di kota ini. Mereka tidak hanya menyediakan produk dan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat, tetapi juga menjadi pusat inovasi dan kegiatan ekonomi di tingkat komunitas.

UMKM di Kota Medan masih menghadapi tantangan seperti akses terhadap teknologi dan sumber daya manusia yang terampil, serta persaingan pasar yang semakin ketat. Namun, dengan komitmen untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan teknologi, UMKM di Kota Medan memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi kota ini serta meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya secara keseluruhan.

Beberapa letak masalah digitalisasi sektor UMKM akan berpengaruh besar pada kinerja UMKM di Kota Medan itu sendiri.

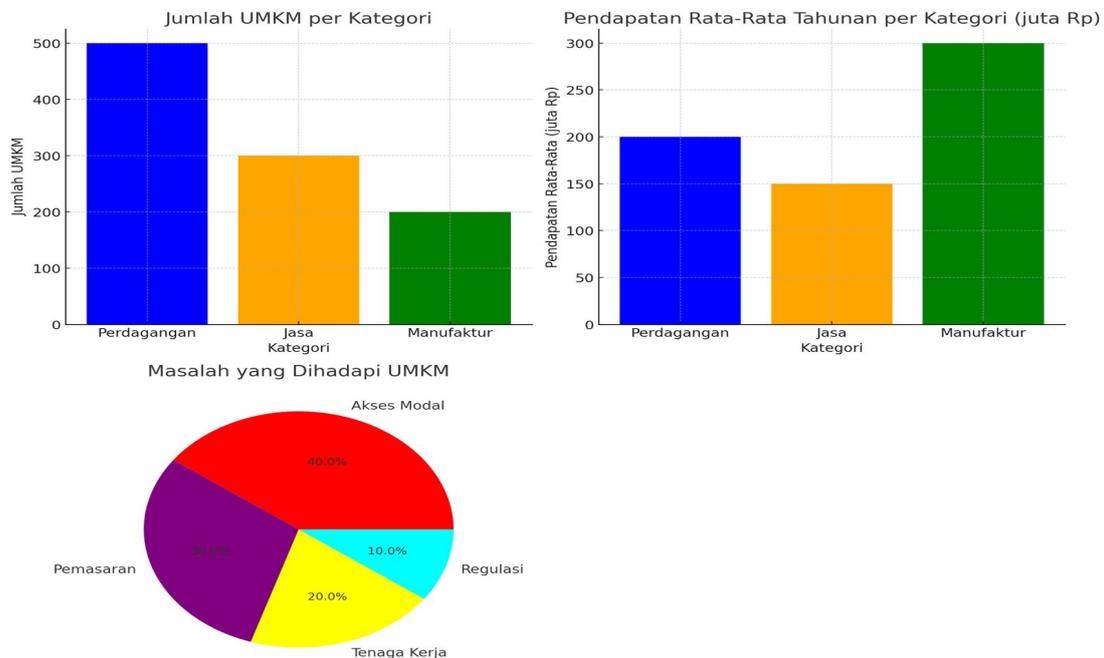


Sumber : BPS Kota Medan

Gambar 1. Masalah Digitalisasi Kinerja UMKM di Medan

1. Akses Teknologi dan Internet (25%): Banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kesulitan dalam mengakses teknologi dan internet yang memadai. Infrastruktur yang belum merata menjadi salah satu penyebab utama, terutama di daerah yang lebih terpencil.
2. Pengetahuan dan Keterampilan Digital (30%): Ini adalah masalah yang paling signifikan. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif, seperti penggunaan platform e-commerce dan media sosial untuk pemasaran.
3. Birokrasi dan Regulasi (20%): Proses birokrasi yang rumit dan regulasi yang berbelit seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk mendapatkan legalitas usaha dan izin yang diperlukan, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB).
4. Logistik dan Distribusi (25%): Masalah dalam sistem logistik dan distribusi juga menjadi tantangan utama. Banyak UMKM yang kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena keterbatasan dalam layanan logistik yang efisien.

Berikut adalah grafik yang menunjukkan kinerja dan masalah yang dihadapi UMKM di Kota Medan:



Sumber : BPS Kota Medan

Gambar 1. Kinerja dan Masalah yang dihadapi UMKM di Medan

Keterangan:

1. Jumlah UMKM per Kategori: Grafik batang menunjukkan jumlah UMKM dalam kategori perdagangan, jasa, dan manufaktur.
2. Pendapatan Rata-Rata Tahunan per Kategori: Grafik batang kedua menampilkan pendapatan rata-rata tahunan per kategori dalam jutaan Rupiah.
3. Masalah yang Dihadapi UMKM: Pie chart menggambarkan persentase masalah utama yang dihadapi UMKM seperti akses modal, pemasaran, tenaga kerja, dan regulasi.

KAJIAN PUSTAKA

Literasi Digital

Saomah (2017) literasi adalah penggunaan praktik-praktik situasi sosial, dan historis, serta kultural dalam menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui tulisan. Danuri (2019:119) mengungkapkan bahwa teknologi digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara komputer atau digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia

Devri Suherdi (2021), literasi digital merupakan pengetahuan serta kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital, seperti alat komunikasi, jaringan internet dan lain sebagainya. Menurut Paul Gilster (2017:11) "literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan Informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir, dan kehidupan sehari-hari".

Indikator Literasi Digital

Menurut Hague (2020:21)terdapat indicator dari literasi digital sebagai berikut:

1. Kemampuan ICT Skill

2. Kreasi Produk atau keluaran dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital
3. Kemampuan berpikir kreatif dan imajinatif dalam perencanaan, konten, mengeksplorasi ide
4. Kemampuan berpartisipasi dalam ruang digital
5. Kemampuan menjelaskan dan menegosiasikan ide gagasan orang lain
6. Kemampuan berkomunikasi melalui media teknologi digital
7. Kemampuan memahami dan mengerti Audiens

Layanan

Menurut Kotler (2021:234), layanan adalah sebuah bentuk dari produk yang berisikan aktifitas, keuntungan, ataupun kepuasan yang ditawarkan untuk dijual, dimana pada dasarnya tidak memiliki wujud yang nyata dan tidak memberikan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler (2022:209), layanan adalah bentuk tindakan atau kinerja yang ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lainnya, dimana pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu.

Indikator Layanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty (2017: 65) adalah sebagai berikut:

1. Reliability, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. Responsiveness, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. Assurances, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.
4. Empathy, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. Tangibles, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses perubahan sifat dari yang semula dalam bentuk fisik dan analog berubah menjadi bentuk virtual dan digital (Siregar 2019:6). Menurut Sukmana (2020), digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Menurut Brennen & Kreiss (2016), digitalisasi yaitu meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kesiapan pelaku UMKM ini terdapat dua indikator yaitu sebagai berikut Menurut Ramadhani (2022:5779) :

1. Pengetahuan Mengenai Digitalisasi Laporan Keuangan.
2. Penggunaan Smartphone Untuk Menyusun Laporan Keuangan.
3. Kemudahan Digitalisasi Laporan Keuangan.

Peningkatan Kinerja UMKM

Hasibuan (2017:9) "Kinerja UMKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.". Aribawa (2016:2) "Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari UMKM yang individu bekerja."

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau

kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah identitas usaha dengan kriteria aset dan omzet yang telah ditentukan dalam undang-undang.

Indikator Kinerja UMKM

Menurut Magdalena Silawati et.al (2016:1365) Variabel Kinerja adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan yaitu melalui indikator:

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Modal
3. Pertumbuhan Tenaga Kerja

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta mengukur hubungan antarvariabel secara statistik. Pendekatan kuantitatif mengandalkan prinsip-prinsip positivisme dan objektivitas, di mana data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode statistik untuk mendapatkan simpulan yang dapat digeneralisasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016:8), metode kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner yang berlokasi di Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan. Sampel penelitian terdiri atas 35 pelaku UMKM kuliner yang tersebar di beberapa kelurahan, seperti Sitirejo I, Sitirejo II, Sitirejo III, Harjosari I, dan Harjosari II. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yakni pelaku usaha kuliner yang telah aktif beroperasi minimal satu tahun dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, yang merupakan kawasan dengan pertumbuhan UMKM kuliner yang cukup pesat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses data serta relevansi konteks penelitian dengan karakteristik usaha yang diteliti. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung ke lokasi usaha dan penyebaran kuesioner kepada para pelaku UMKM.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua metode utama, yaitu kuesioner dan observasi. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu tingkat pendapatan, kompensasi, motivasi, dan kinerja karyawan. Instrumen ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk memverifikasi keberadaan usaha dan memperoleh pemahaman kontekstual terhadap kondisi di lapangan.

Data yang terkumpul dianalisis melalui beberapa tahap. Pertama, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak dan konsisten. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas dan terikat, dilakukan analisis jalur (path analysis) dengan menggunakan variabel motivasi sebagai variabel mediasi. Terakhir, dilakukan uji signifikansi baik secara parsial (uji-t) maupun simultan (uji-F) guna menguji kekuatan hubungan antarvariabel. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS versi 26 dan SmartPLS 4, guna meningkatkan akurasi dan keandalan hasil analisis.

Sebanyak 35 UMKM kuliner menjadi responden dalam penelitian ini. Data nama dan alamat toko yang menjadi objek penelitian diperoleh melalui observasi langsung oleh peneliti, dan disajikan secara rinci pada Tabel 4.1. Keberagaman jenis usaha serta sebaran geografis yang mencakup berbagai kelurahan menjadikan sampel ini cukup representatif untuk menggambarkan kondisi UMKM kuliner di Kecamatan Medan Amplas.

Tabel 1. Nama Toko UMKM

NO	Nama Toko	Alamat
1	Ayam pecak jokomoro	Jl. Alfalah
2	Snack Bunda Ida	Jl.Rawa No 9 Amplas
3	Pempek Sentosa	Jl.Garu 2b
4	Bakso panjang	Jl. Selamat No57
5	Burger Orio	Jl.Selamat
6	Rumah makan padang sidempuan	Jl. Sisingamangaraja No.19 B)
7	Salad buah kembar	Jl. Garu Vi Gg. Garuda No.34
8	Misop Bacok pak rusli	Jl.Garu 2a No. 57a
9	Sate Padang Bang agus	Jl. Sisingamangaraja No.53
10	Alpukat kocok barokah	Jl. Kebun Kopi Harjosari2
11	Bubur Kampoeng	L.Garu 2B No 5
12	Lontong Malam Shakila	Jl. Garu 1 No.155
13	Sate dan mi rebus bang min	Jl. Sakti Lubis, Sitirejo II, Kec. Medan Amplas
14	Es Teler sultan	Jl. Garu II A No.44, Harjosari I, Kec. Medan Amplas
15	Pizza & Steak Mama	Jl. Cengkeh Mas No.70 B, Harjosari II
16	Mie sayur Razhati	Jl. Sisingamangaraja Gg. Pulau Harapan No.10 A, Siti Rejo I
17	Martabak bangka terang bulan	Jl. Muh. Nawu Harahap
18	Misop kampung menteng	Jl. Panglima Denai No.79, A M P L A S
19	Soto medan lazis	Jl. Bajak 2-H No.65, Harjosari II
20	Ayam Penyet putri	Jl. Muh. Nawu Harahap No.3005
21	Ollie cookies	Jalan Garu III Komplek, Gg. Taman Sempurna Indah No.A4
22	Es jagung berkah	Jl. STM Depan Sekolah SMKN 3
23	Es durian simpel Medan	Jl. Stm No.22, Sitirejo II
24	Burger Belepots rumahan	Jl. Selamat No.121b, Sitirejo III
25	UAN juice	Jl. M. Nawu Harahap No.172, Sitirejo III
26	Bakso bakar bigboss	Jl. Sakti Lubis, Sitirejo II
27	Super dimsum	Jl. Sisingamangaraja No.5, Sitirejo II
28	Martabak Bangka 55	Jl. Garu 1 No.162, Sitirejo III
29	Cendol kekinian	Jl.Garu 2A Sebelah UMN Medan
30	Ayam Bakar madu	Jl.Muh Nawu Harahap
31	Bakso raja dan es campur Nita	Jl. Sisingamangaraja No.460A, Sitirejo II
32	D'Shultan Kupi	Gg. Jadi No.172-161, Sitirejo III
33	Keju Kesu	Jl. Garu II A No.6, Harjosari I
34	Pondok Kue mekar	No.129-141, Jl. M. Nawu Harahap, Sitirejo III
35	Kerang rebus bahagia	Jl. Sakti Lubis No.58 A, Sitirejo II

Sumber : Observasi Penulis, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis Literasi Digital dan Layanan.....

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	16	45.7	45.7	45.7
	Laki - Laki	19	54.3	54.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa pemilik usaha laki - laki yang menjadi responden sebanyak 19 orang atau 54,3%, dan pemilik usaha perempuan sebanyak 16 orang atau 45,7%. Jadi dapat di lihat bahwa pelaku usaha yang menjadi responden di dominasi oleh pelaku usaha berjenis kelamin laki- laki.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 - 25	9	25.7	25.7	25.7
	26 - 30	13	37.1	37.1	62.9
	31 - 40	8	22.9	22.9	85.7
	>41	5	14.3	14.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelaku usaha yang berusia 19 – 25 tahun berjumlah 9 orang dengan persentasi 25,7%. Usia 26 – 30 berjumlah 13 orang dengan persentasi 37,1%, dan pelaku usaha yang berusia dari 31 – 40 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 22,9%, sisanya pelaku usaha dengan usia diatas 41 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 14,3%.

Tabel 4. Skor Jawaban Responden Variabel X1

No. item	Alternatif Jawaban										Total	
	SS		S		KS		TS		STS			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	12	34	21	60	2	6	0	0	0	0	35	100
2	14	40	19	54	1	3	1	3	0	0	35	100
3	13	37	19	54	2	6	1	3	0	0	35	100
4	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
5	11	31	22	63	2	6	0	0	0	0	35	100
6	13	37	18	51	3	9	1	3	0	0	35	100
7	15	43	18	51	1	3	1	3	0	0	35	100
8	11	31	22	63	2	6	0	0	0	0	35	100
9	21	60	13	37	0	0	1	3	0	0	35	100
10	13	37	18	51	3	9	1	3	0	0	35	100

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Tabel 3. Distribusi Skor Jawaban Responden X2

No. item	Alternatif Jawaban					Total
	SS	S	KS	TS	STS	
	-5	-4	-3	-2	-1	

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	34	15	43	8	23	0	0	0	0	35	100
2	8	23	17	49	10	29	0	0	0	0	35	100
3	11	31	11	31	12	34	1	3	0	0	35	100
4	9	26	17	49	9	26	0	0	0	0	35	100
5	8	23	17	49	10	29	0	0	0	0	35	100
6	8	23	17	49	10	29	0	0	0	0	35	100
7	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
8	12	34	21	60	2	5,7	0	0	0	0	35	100
9	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
10	19	54	12	34	3	8,6	1	3	0	0	35	100

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Tabel 4. Skor Jawaban Responden Variabel Y

No. item	Alternatif Jawaban										Total	
	SS		S		KS		TS		STS			
	5	4	3	2	1							
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	37	17	49	4	11	1	3	0	0	35	100
2	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
3	12	34	21	60	2	5,7	0	0	0	0	35	100
4	11	31	21	60	3	8,6	0	0	0	0	35	100
5	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
6	19	54	12	34	3	8,6	1	3	0	0	35	100
7	19	54	12	34	3	8,6	1	3	0	0	35	100
8	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
9	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
10	14	40	16	46	4	11	1	3	0	0	35	100

Sumber : Data diolah penulis,2024

Tabel 5. Skor Jawaban Responden Variabel Z

No. item	Alternatif Jawaban										Total	
	SS		S		KS		TS		STS			
	5	4	3	2	1							
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	60	13	37	1	2,9	0	0	0	0	35	100
2	13	37	18	51	3	8,6	1	3	0	0	35	100
3	14	40	16	46	4	11	1	3	0	0	35	100
4	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
5	12	34	15	43	8	23	0	0	0	0	35	100
6	8	23	17	49	10	29	0	0	0	0	35	100
7	21	60	13	37	1	2,9	0	0	0	0	35	100
8	16	46	18	51	0	0	1	3	0	0	35	100
9	11	31	21	60	3	8,6	0	0	0	0	35	100
10	14	40	16	46	4	11	1	3	0	0	35	100

Sumber : Data diolah penulis,2024

Variabel Literasi Digital (X1)

Pengujian ini dilakukan pada 35 orang responden, maka $(df = n-k)$ $df = 35 - 2 = 33$ dengan $\alpha = 5\%$ maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,344 (Ghozali, 2016:463), selanjutnya nilai r hitung akan dibandingkan dengan nilai r tabel seperti dalam gambar hasil output SPSS versi 27 berikut ini.

Tabel 8. Nilai Correlation Variabel XI

		Correlations										Literasi Digital
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
X1.1	Pearson Correlation	1	.521**	.398*	.474**	.956**	.261	.419*	.956**	.514**	.402*	.715**
	Sig. (2-tailed)		.001	.018	.004	<.001	.130	.012	<.001	.002	.017	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.2	Pearson Correlation	.521**	1	.818**	.775**	.479**	.743**	.715**	.479**	.598**	.862**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.001		<.001	<.001	.004	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.3	Pearson Correlation	.398*	.818**	1	.671**	.351*	.801**	.609**	.351*	.518**	.916**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.018	<.001		<.001	.039	<.001	<.001	.039	.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.4	Pearson Correlation	.474**	.775**	.671**	1	.435**	.606**	.939**	.435**	.784**	.606**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	<.001		.009	<.001	<.001	.009	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.5	Pearson Correlation	.956**	.479**	.351*	.435**	1	.283	.377*	1.000**	.488**	.355*	.691**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.039	.009		.100	.026	.000	.003	.037	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.6	Pearson Correlation	.261	.743**	.801**	.606**	.283	1	.545**	.283	.530**	.780**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.130	<.001	<.001	<.001	.100		<.001	.100	.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.7	Pearson Correlation	.419*	.715**	.609**	.939**	.377*	.545**	1	.377*	.752**	.545**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.012	<.001	<.001	<.001	.026	<.001		.026	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.8	Pearson Correlation	.956**	.479**	.351*	.435**	1.000**	.283	.377*	1	.488**	.355*	.691**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.039	.009	.000	.100	.026		.003	.037	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.9	Pearson Correlation	.514**	.598**	.518**	.784**	.488**	.530**	.752**	.488**	1	.469**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	.001	<.001	.003	.001	<.001	.003		.005	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.10	Pearson Correlation	.402*	.862**	.916**	.606**	.355*	.780**	.545**	.355*	.469**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.017	<.001	<.001	<.001	.037	<.001	<.001	.037	.005		<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Literasi Digital	Pearson Correlation	.715**	.900**	.838**	.862**	.691**	.765**	.806**	.691**	.779**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Tabel 9. Uji Validitas X1

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,715		Valid
Pernyataan 2	0,9		Valid
Pernyataan 3	0,838		Valid
Pernyataan 4	0,862		Valid
Pernyataan 5	0,691	0,344	Valid
Pernyataan 6	0,765		Valid
Pernyataan 7	0,806		Valid
Pernyataan 8	0,691		Valid
Pernyataan 9	0,779		Valid
Pernyataan 10	0,819		Valid

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel, dapat dilihat bahwa nilai r hitung variabel literasi digital lebih besar dari nilai r tabel 0,344, sehingga disimpulkan bahwa pernyataan yang di masukkan dalam penelitian ini sudah valid.

Tabel 10. Nilai Correlation Variabel XI

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Layanan
X2.1	Pearson Correlation	1	.440**	.452**	.533**	.440**	.440**	.441**	.600**	.441**	.771**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.008	.006	<.001	.008	.008	.008	<.001	.008	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	.440**	1	.678**	.669**	1.000**	1.000**	.299	.182	.299	.356*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.008		<.001	<.001	.000	.000	.081	.295	.081	.036	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	.452**	.678**	1	.775**	.678**	.678**	.367*	.281	.367*	.308	.775**
	Sig. (2-tailed)	.006	<.001		<.001	<.001	<.001	.030	.102	.030	.072	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	.533**	.669**	.775**	1	.669**	.669**	.373*	.212	.373*	.365*	.778**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.027	.222	.027	.031	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	.440**	1.000**	.678**	.669**	1	1.000**	.299	.182	.299	.356*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	<.001	<.001		.000	.081	.295	.081	.036	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.6	Pearson Correlation	.440**	1.000**	.678**	.669**	1.000**	1	.299	.182	.299	.356*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	<.001	<.001	.000		.081	.295	.081	.036	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.7	Pearson Correlation	.441**	.299	.367*	.373*	.299	.299	1	.474**	1.000**	.665**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.008	.081	.030	.027	.081	.081		.004	.000	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.8	Pearson Correlation	.600**	.182	.281	.212	.182	.182	.474**	1	.474**	.531**	.533**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.295	.102	.222	.295	.295	.004		.004	.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.9	Pearson Correlation	.441**	.299	.367*	.373*	.299	.299	1.000**	.474**	1	.665**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.008	.081	.030	.027	.081	.081	.000	.004		<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X2.10	Pearson Correlation	.771**	.356*	.308	.365*	.356*	.356*	.665**	.531**	.665**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.036	.072	.031	.036	.036	<.001	.001	<.001		<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Layanan	Pearson Correlation	.751**	.816**	.775**	.778**	.816**	.816**	.686**	.533**	.686**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 10, dapat di bandingkan nilai *correlation* setiap item pernyataan dari variabel layanan (X₂) untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner pada variabel ini.

Tabel 11. Uji Validitas X2

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,751	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,816		Valid
Pernyataan 3	0,775		Valid
Pernyataan 4	0,778		Valid
Pernyataan 5	0,816		Valid
Pernyataan 6	0,816		Valid
Pernyataan 7	0,686		Valid
Pernyataan 8	0,533		Valid
Pernyataan 9	0,686		Valid
Pernyataan 10	0,718		Valid

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 11, dapat dilihat bahwa nilai r hitung variabel layanan lebih besar dari nilai r tabel 0,344, sehingga disimpulkan bahwa pernyataan yang di masukkan dalam penelitian ini sudah valid.

Tabel 12. Nilai Correlations Y

		Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Digitalisasi
Y.1	Pearson Correlation	1	.548**	.203	.285	.548**	.460**	.460**	.548**	.548**	.976**	.714**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.242	.097	<.001	.005	.005	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	.548**	1	.474**	.438**	1.000**	.665**	.665**	1.000**	1.000**	.575**	.912**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.004	.008	.000	<.001	<.001	.000	.000	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	.203	.474**	1	.920**	.474**	.531**	.531**	.474**	.474**	.181	.630**
	Sig. (2-tailed)	.242	.004		<.001	.004	.001	.001	.004	.004	.298	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	.285	.438**	.920**	1	.438**	.495**	.495**	.438**	.438**	.266	.627**
	Sig. (2-tailed)	.097	.008	<.001		.008	.003	.003	.008	.008	.122	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.5	Pearson Correlation	.548**	1.000**	.474**	.438**	1	.665**	.665**	1.000**	1.000**	.575**	.912**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.000	.004	.008		<.001	<.001	.000	.000	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.6	Pearson Correlation	.460**	.665**	.531**	.495**	.665**	1	1.000**	.665**	.665**	.483**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	.001	.003	<.001		.000	<.001	<.001	.003	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.7	Pearson Correlation	.460**	.665**	.531**	.495**	.665**	1.000**	1	.665**	.665**	.483**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	.001	.003	<.001	.000		<.001	<.001	.003	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.8	Pearson Correlation	.548**	1.000**	.474**	.438**	1.000**	.665**	.665**	1	1.000**	.575**	.912**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.000	.004	.008	.000	<.001	<.001		.000	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.9	Pearson Correlation	.548**	1.000**	.474**	.438**	1.000**	.665**	.665**	1.000**	1	.575**	.912**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.000	.004	.008	.000	<.001	<.001	.000		<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Y.10	Pearson Correlation	.976**	.575**	.181	.266	.575**	.483**	.483**	.575**	.575**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.298	.122	<.001	.003	.003	<.001	<.001		<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Digitalisasi	Pearson Correlation	.714**	.912**	.630**	.627**	.912**	.835**	.835**	.912**	.912**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 12, dapat di bandingkan nilai *correlation* setiap item pernyataan dari variabel digitalisasi (Y) untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner pada variabel ini.

Tabel 13. Uji validitas Y

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,714	0,344	Valid
Pernyataan 2	0,912		Valid
Pernyataan 3	0,630		Valid
Pernyataan 4	0,627		Valid
Pernyataan 5	0,912		Valid
Pernyataan 6	0,835		Valid
Pernyataan 7	0,835		Valid
Pernyataan 8	0,912		Valid
Pernyataan 9	0,912		Valid
Pernyataan 10	0,730		Valid

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 13, dapat dilihat bahwa nilai r hitung variabel digitalisasi lebih besar dari nilai r tabel 0,344, sehingga disimpulkan bahwa pernyataan yang di masukkan dalam penelitian ini sudah valid.

Tabel 14. Nilai Correlation Z

		Correlations										Kinerja Usaha
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	
Z.1	Pearson Correlation	1	.469**	.619**	.784**	.580**	.499**	.514**	.509**	.603**	.478**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.005	<.001	<.001	<.001	.002	.002	.002	<.001	.004	<.001
Z.2	Pearson Correlation	.469**	1	.218	.606**	.217	-.030	.402*	.216	.664**	.070	.552**
	Sig. (2-tailed)	.005		.209	<.001	.211	.864	.017	.212	<.001	.690	<.001
Z.3	Pearson Correlation	.619**	.218	1	.575**	.256	.708**	.181	.266	.361*	.715**	.725**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.209		<.001	.137	<.001	.298	.123	.033	<.001	<.001
Z.4	Pearson Correlation	.784**	.606**	.575**	1	.441**	.299	.474**	.443**	.700**	.281	.808**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.008	.081	.004	.008	<.001	.101	<.001
Z.5	Pearson Correlation	.580**	.217	.256	.441**	1	.440**	.600**	.626**	.265	.336*	.686**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.211	.137	.008		.008	<.001	<.001	.123	.049	<.001
Z.6	Pearson Correlation	.499**	-.030	.708**	.299	.440**	1	.182	.346*	.147	.915**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.002	.864	<.001	.081	.008		.295	.042	.400	<.001	<.001
Z.7	Pearson Correlation	.514**	.402*	.181	.474**	.600**	.182	1	.812**	.227	.239	.647**
	Sig. (2-tailed)	.002	.017	.298	.004	<.001	.295		<.001	.189	.167	<.001
Z.8	Pearson Correlation	.509**	.216	.266	.443**	.626**	.346*	.812**	1	.262	.211	.660**
	Sig. (2-tailed)	.002	.212	.123	.008	<.001	.042	<.001		.128	.225	<.001
Z.9	Pearson Correlation	.603**	.664**	.361*	.700**	.265	.147	.227	.262	1	.134	.635**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.033	<.001	.123	.400	.189	.128		.443	<.001
Z.10	Pearson Correlation	.478**	.070	.715**	.281	.336*	.915**	.239	.211	.134	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.004	.690	<.001	.101	.049	<.001	.167	.225	.443		<.001
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.876**	.552**	.725**	.808**	.686**	.667**	.647**	.660**	.635**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari tabel 14, dapat di bandingkan nilai *correlation* setiap item pernyataan dari variabel kinerja usaha (Z) untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner pada variabel ini.

Tabel 15. Uji Validitas Z

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,876		Valid
Pernyataan 2	0,552		Valid
Pernyataan 3	0,725		Valid
Pernyataan 4	0,808		Valid
Pernyataan 5	0,686	0,344	Valid
Pernyataan 6	0,667		Valid
Pernyataan 7	0,647		Valid
Pernyataan 8	0,660		Valid
Pernyataan 9	0,635		Valid
Pernyataan 10	0,648		Valid

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 15, dapat dilihat bahwa nilai r hitung variabel kinerja usaha lebih besar dari nilai r tabel 0,344, sehingga disimpulkan bahwa pernyataan yang di masukkan dalam penelitian ini sudah valid.

Uji Reliabilitas

Variabel Literasi Digital (X1)

Tabel 16 .Uji Realiabilitas X1
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	10

Dari tabel 16 dapat dilihat bahwa nilai cronbach’s alpha lebih besar dari 0,6, sehingga pernyataan yang di masukkan dalam variabel penelitian literasi digital di katakan reliable/andal.

Variabel Layanan (X2)

**Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas X2
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	10

Dari tabel 17 dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, sehingga pernyataan yang di masukkan dalam varaibel penelitian layanan di katakan reliable/andal.

Digitalisasi (Y)

**Tabel 18. Hasil Uji Validitas Y
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	10

Dari tabel 18 dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, sehingga pernyataan yang di masukkan dalam varaibel penelitian digitalisasi di katakan reliable/andal.

Kinerja Usaha

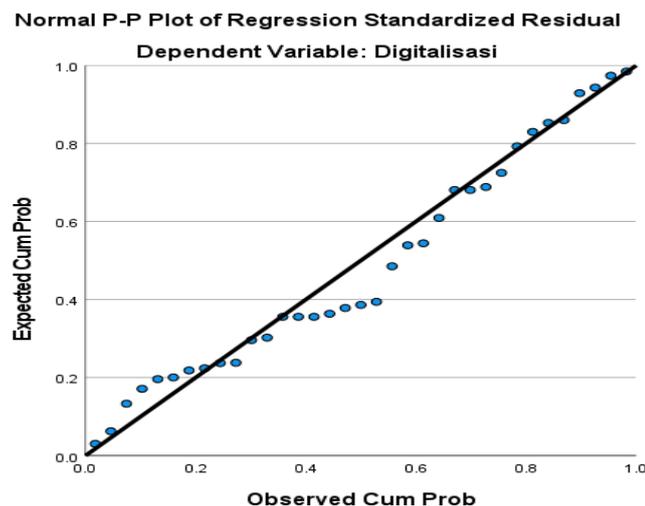
**Tabel 19. Uji Reliabilitas Z
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	10

Dari tabel 19 dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, sehingga pernyataan yang di masukkan dalam varaibel penelitian Kinerja usaha di katakan reliable/andal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari gambar 1, dapat dilihat bahwa data (titik-titik) membentuk satu garis lurus diagonal, sehingga dapat di simpulkan bahwa data dlam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolieniritas

Tabel 20. Uji Multikolieniritas Coefficients^a

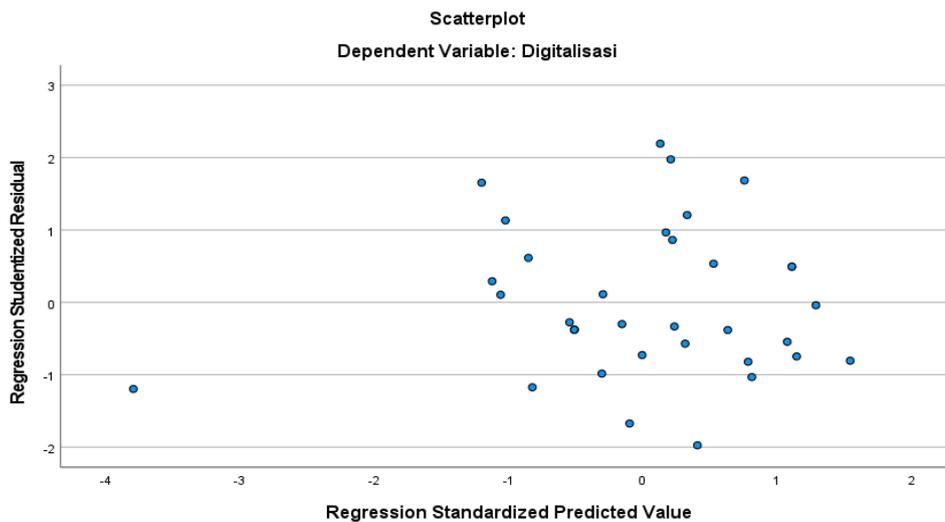
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3.825	2.881		-1.328	.194		
Literasi Digital	.408	.159	.382	2.562	.015	.200	6.732
Layanan	.187	.224	.182	.834	.411	.070	4.388
Kinerja Usaha	.518	.357	.448	1.451	.157	.035	8.821

a. Dependent Variable: Digitalisasi

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 20, dapat dilihat bahwa semua nilai tolerance lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolieniritas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Gambar Scatterplot

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari gambar 2, dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar tidak teratur, sehingga dapat di simpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Untuk menghitung nilai t tabel dengan alpha 0,05 (5%) = n-k, dimana n= jumlah sampel, k=jumlah varaiabel x, yaitu 35 - 2 = 32. Maka yang menjadi nilai t tabel pada penelitian ini adalah 2,037 (lampiran 3).

Tabel 21. Uji t H1 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			

1	(Constant)	.864	1.419		.609	.547
	Literasi Digital	.390	.038	.422	10.179	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Nilai t hitung variabel literasi digital (X1) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $10,179 > 2,037$ dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Tabel 22. Uji t H2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.864	1.419		.609	.547
	Layanan Digital	.593	.037	.666	16.057	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Nilai t hitung layanan (X2) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $16,057 > 2,037$ dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Tabel 23. Uji T H3

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.378	2.913		-1.159	.255
	Literasi Digital	.610	.079	.571	7.752	.000

a. Dependent Variable: Digitalisasi

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 23 diperoleh hasil nilai t hitung variabel literasi digital (X1) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung $7,752 >$ nilai t tabel $2,037$ dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat di simpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi.

Tabel 24. Uji T H4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.378	2.913		-1.159	.255
	Layanan Digital	.494	.076	.480	6.517	.000

a. Dependent Variable: Digitalisasi

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Nilai t hitung variabel layanan (X2) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung $6,517 >$ nilai t tabel $2,037$ dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat di simpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi.

Tabel 25. Uji t H5
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-2.139	3.099		-.690	.495
	Kinerja Usaha	1.078	.073	.932	14.768	.000

a. Dependent Variable: Digitalisasi

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel 25, diperoleh nilai t hitung sebesar 14,768 lebih besar dari nilai t tabel 2,037, dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi.

Uji F (Simultan)

Dengan uji f maka dapat diketahui kriteria pengujian dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria : $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 26. Uji F H6
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	919.049	2	459.525	130.319	.000 ^b
	Residual	112.836	32	3.526		
	Total	1031.886	34			

a. Dependent Variable: Digitalisasi

b. Predictors: (Constant), Layanan, Literasi Digital

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari hasil uji f diatas, dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 130,319 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. f tabel, dengan rumus f tabel dengan alpha 0,05 yaitu $df_2 = n - k - 1$, dimana n=jumlah sampel, k jumlah variabel X, yaitu $0,05 = 35 - 2 - 1 = 32$. Maka yang menjadi nilai f tabel adalah 3,295 (lampiran 4). Sehingga dapat disimpulkan bahwa f hitung $> f$ tabel yaitu $130,319 > 3,295$ dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, dengan kesimpulan literasi digital (X1) dan layanan (X2) secara bersama –sama berpengaruh terhadap digitalisasi.

Analisis jalur (Path analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari model regresi, yang digunakan untuk menguji matriks korelasi pada model kausal yang dibandingkan oleh peneliti (Garson, 2006).

Tabel 27. Nilai Koefisien Jalur I
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.864	1.419		.609	.547
	Literasi Digital	.390	.038	.422	10.179	.000
	Layanan	.593	.037	.666	16.057	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel diatas dapat di jelaskan koefisien jalur 1 yaitu :

- a. Variabel literasi digital (X1) terhadap kinerja usaha yaitu $0,000 < 0,05$ dengan *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,422.
- b. Variabel Layanan (X2) terhadap kinerja usaha yaitu $0,000 < 0,05$ dengan *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,666.

Tabel 28. Nilai r Square persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.965	.963	.915

a. Predictors: (Constant), Layanan, Literasi Digital

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari nilai r square persamaan 1, dapat dilihat nilai Adjusted R square sebesar 0,963, sehingga dapat dihitung untuk melihat besaran nilai standar error/pengganggu (e1) dengan rumus $e1 = \sqrt{1 - 0,963} = \sqrt{0,037} = 0,192$.

Tabel 29. Nilai Koefisien Jalur Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.825	2.881		-1.328	.194
	Literasi Digital	.408	.159	.382	2.562	.015
	Layanan	.187	.224	.182	3.834	.011
	Kinerja Usaha	.518	.357	.448	2.451	.050

a. Dependent Variable: Digitalisasi

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari tabel diatas dapat di jelaskan koefisien jalur 2 yaitu :

- a. Variabel literasi digital (X1) terhadap digitalisasi (Y) adalah 0,015 dengan *Standardized Coefficients Beta* 0,382.
- b. Variabel layanan (X2) terhadap digitalisasi (Y) adalah 0,11 dengan *Standardized Coefficients Beta* 0,182.
- c. Variabel Kinerja usaha terhadap digitalisasi (Y) adalah 0,050 dengan *Standardized Coefficients Beta* 0,448.

Tabel 30. Nilai r square persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.898	.888	1.846

a. Predictors: (Constant), Kinerja Usaha, Literasi Digital, Layanan

Sumber : Data di olah peneliti, 2024

Dari nilai r square persamaan 2, dapat dilihat nilai Adjusted R square sebesar 0,888, sehingga dapat dihitung untuk melihat besaran nilai standar error/pengganggu (e2) dengan rumus $e2 = \sqrt{1 - 0,888} = \sqrt{0,112} = 0,334$.

Selanjutnya untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh mediasi dalam penelitian ini, maka akan dilakukan uji sobel (*sobel test*) untuk mengetahui apakah terdapat hubungan melalui suatu variabel mediasi secara signifikan. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (Abu-Bader & Jones, 2021) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan rumus :

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dengan keterangan:

- sab : besarnya standar error pengaruh tidak langsung
 a : jalur variabel independen (X) dengan variable interverning (I)
 b : jalur variabel interverning (I) dengan variable dependen (Y)
 sa : standar error koefisien a
 sb : standar error koefisien b

Untuk menguji pengaruh mediasi, maka perlu menghitung nilai t hitung dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika t hitung > nilai t tabel maka dapat di simpulkan adanya pengaruh mediasi. Dari penjelasan rumus diatas, untuk mencari nilai t hitung, terlebih dahulu mencari nilai sab (standar error pengaruh tidak langsung), seperti perhitungan di bawah ini :

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$a = \text{Nilai } X \rightarrow Z = 0,422 + 0,666 = 1,088$$

$$b = \text{Nilai } Z \rightarrow Y = 0,448$$

$$sa = e1 = 0,192$$

$$sb = e2 = 0,334$$

$$sab = \sqrt{(0,448^2 \times 0,192^2) + (1,088^2 \times 0,334^2) + (0,192^2) \times (0,334^2)}$$

$$sab = \sqrt{(0,200 \times 0,036) + (1,183 \times 0,111) + (0,036 + 0,111)}$$

$$sab = \sqrt{0,007 + 0,131 + 0,003}$$

$$sab = \sqrt{0,141}$$

$$sab = 0,375.$$

Setelah hasil standar error pengaruh tidak langsung di ketahui, yaitu 0,375 maka di lakukan perhitungan untuk mencari nilai t hitung dengan rumus t hitung = $\frac{ab}{sab}$ yaitu

$$\frac{1,088 + 0,448}{0,375} = \frac{1,536}{0,375} = 4,096.$$

Dari perhitungan di atas, di ketahui nilai t hitung > nilai t tabel, yaitu 4,096 > 2,037, sehingga dapat di simpulkan bahwa literasi digital dan layanan berpengaruh terhadap digitalisasi melalui kinerja sebagai variabel mediasi.

Pembahasan

Literasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM

Hasil uji t, nilai t hitung variabel literasi digital (X1) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 10,179 > 2,037 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, H1 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Huda *et al* (2023) literasi digital berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM, karena literasi digital merupakan elemen penting yang mampu meningkatkan kinerja UMKM. Literasi digital yang kuat dapat membantu UMKM untuk lebih kompetitif, produktif, dan inovatif, serta mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Layanan berpengaruh terhadap kinerja UMKM

Hasil uji t, diperoleh nilai t hitung layanan (X2) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 16,057 > 2,037 dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

usaha, H2 diterima. Layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen, memperbaiki citra usaha, serta mempengaruhi peningkatan penjualan dan keuntungan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kinerja UMKM secara keseluruhan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisrina Hasna (2021) layanan terhadap kinerja UMKM menunjukkan hasil positif dan signifikan, artinya semakin tinggi inovasi layanan ditingkatkan maka akan meningkat pula kepuasan konsumen yang akan meningkatkan kinerja UMKM.

Literasi digital berpengaruh terhadap digitalisasi.

Hasil uji t, diperoleh nilai t hitung variabel literasi digital (X1) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung 7,752 > nilai t tabel 2,037 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, H3 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adhi Susano (2024) digitalisasi menawarkan landasan penting untuk mengakselerasi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Evaluasi tingkat literasi digital menjadi langkah awal dalam merinci hambatan dan potensi pelaku UMKM, memungkinkan perancangan program pendampingan yang lebih terarah. Literasi digital memainkan peran penting dalam mempercepat dan meningkatkan kualitas digitalisasi. Semakin baik literasi digital dalam suatu masyarakat atau organisasi, semakin cepat proses digitalisasi berjalan dan semakin optimal hasilnya. Literasi digital juga membantu mengurangi risiko keamanan, meningkatkan inovasi, serta memungkinkan lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam ekonomi dan kehidupan digital.

Layanan berpengaruh terhadap digitalisasi.

Hasil uji t, diperoleh nilai t hitung variabel layanan (X2) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung 6,517 > nilai t tabel 2,037 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, H4 diterima. Pengaruh layanan terhadap digitalisasi sangat signifikan, terutama dalam konteks perkembangan bisnis modern, termasuk UMKM. Digitalisasi mempengaruhi cara layanan diberikan, dan pada saat yang sama, kualitas layanan dapat menentukan keberhasilan adopsi digitalisasi dalam suatu bisnis. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Findi Nuraeni (2024) digitalisasi yang baik dan *up to date* mampu mempengaruhi UMKM, serta layanan yang baik sejalan dengan penggunaan digitalisasi.

Kinerja UMKM berpengaruh terhadap digitalisasi.

Hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 14,768 lebih besar dari nilai t tabel 2,037, dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi H5 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rofi Agustin *et al* (2023) usaha yang menggunakan digitalisasi terbagi menjadi dua bagian yaitu UMKM yang memahami digitalisasi dengan landasan ilmu dan UMKM yang hanya menerapkan tetapi tidak memahami. Adanya digitalisasi pada UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan catatan UMKM yang menerapkan digitalisasi sudah memahami betul apa itu teknologi digital. Dengan pengetahuan yang cukup UMKM dapat menjadikan digitalisasi sebagai bahan untuk meningkatkan pendapatan UMKM sehingga kinerja UMKM dapat meningkat pula.

Literasi digital dan layanan berpengaruh terhadap digitalisasi

Hasil uji f, diperoleh nilai f hitung > f tabel yaitu 130,319 > 3,295 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, dengan kesimpulan literasi digital (X1) dan layanan (X2) secara bersama – sama berpengaruh terhadap digitalisasi, H6 di terima. Literasi digital dan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses digitalisasi, terutama dalam konteks UMKM dan bisnis modern. Literasi digital mencakup kemampuan individu atau organisasi dalam

memahami dan menggunakan teknologi digital secara efektif. Semakin tinggi tingkat literasi digital, semakin mudah bisnis dapat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi dalam operasional sehari-hari. Di sisi lain, layanan yang berkualitas, baik dalam bentuk layanan pelanggan maupun layanan berbasis digital, memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat transformasi digital. Keduanya – literasi digital dan layanan yang baik – menjadi faktor utama dalam menentukan seberapa sukses suatu bisnis menjalani proses digitalisasi, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada daya saing, efisiensi operasional, dan peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adhi Susano (2024) pendampingan digitalisasi menawarkan landasan penting untuk mengakselerasi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Evaluasi tingkat literasi digital menjadi langkah awal dalam merinci hambatan dan potensi pelaku UMKM, memungkinkan perancangan program pendampingan yang lebih terarah.

Literasi digital dan layanan berpengaruh terhadap digitalisasi melalui kinerja usaha sebagai variabel intervening.

Hasil uji sobet (*sobel test*) diperoleh nilai t hitung $>$ nilai t tabel, yaitu $4,096 > 2,037$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital dan layanan berpengaruh terhadap digitalisasi melalui kinerja sebagai variabel mediasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiadi (2020) literasi digital dan kualitas layanan berperan penting dalam mendorong digitalisasi pada UMKM, dengan kinerja usaha sebagai variabel intervening. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, yang berujung pada peningkatan operasional bisnis dan pengembangan layanan berbasis teknologi. Di sisi lain, kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, terutama melalui platform digital, turut memperkuat proses digitalisasi. Kinerja usaha, seperti peningkatan produktivitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan, menjadi hasil dari keterampilan digital yang baik dan layanan yang berkualitas. Kinerja yang optimal ini kemudian semakin mendorong keberhasilan transformasi digital dalam bisnis.

SIMPULAN

Hasil uji t , nilai t hitung variabel literasi digital (X_1) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $10,179 > 2,037$ dan signifikansi lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, H_1 diterima. Hasil uji t , diperoleh nilai t hitung layanan (X_2) terhadap kinerja usaha (Z) lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $16,057 > 2,037$ dan signifikansinya lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, H_2 diterima. Hasil uji t , diperoleh nilai t hitung variabel literasi digital (X_1) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung $7,752 >$ nilai t tabel $2,037$ dengan signifikansi lebih kecil dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, H_3 diterima. Hasil uji t , diperoleh nilai t hitung variabel layanan (X_2) terhadap digitalisasi (Y), diperoleh nilai t hitung $6,517 >$ nilai t tabel $2,037$ dengan signifikansi lebih kecil dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, H_4 diterima. Hasil uji t , diperoleh nilai t hitung sebesar $14,768$ lebih besar dari nilai t tabel $2,037$, dengan signifikansi lebih kecil dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi H_5 diterima. Hasil uji f , diperoleh nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $130,319 > 3,295$ dan signifikansi lebih kecil dari $0,05$, dengan kesimpulan literasi digital (X_1) dan layanan (X_2) secara bersama – sama berpengaruh terhadap digitalisasi, H_6 di terima. Hasil uji sobet (*sobel test*) diperoleh nilai t hitung $>$ nilai t tabel, yaitu $4,096 > 2,037$, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital dan layanan berpengaruh terhadap digitalisasi melalui kinerja sebagai variabel intervening, H_7 diterima.

Referensi:

- Abu-Bader, S., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Hayes SPSS Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42-61.
- Agustin Rofi. (2023) Analisis Digitalisasi dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. Seminar Nasional LPPM UMMAT Universitas Muhammadiyah Mataram. Volume 2.
- Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 65.
- Afrida, D., Erni, L., Fadhilatul, L., & Ahmad, F. (2021). Peran Digitalisasi Koperasi Sebagai Pendongkrak Umkm Dalam Pengembangan Ekonomi Wilayah Kota Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 151 - 158.
- Agustina, A., Eka, N., & Navisya, D. (2021). Peran Digital Marketing Bagi Wirausaha Pemula Di Desa Sambong Dukuh Kabupaten Jombang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(2), 29 - 34.
- Astuti, R., Kartono, & Rahmadi. (2020). Pengembangan Umkm Melalui Digitalisasi Teknologi Dan Integrasi Akses Permodalan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 248 - 256.
- Arif, M., & Dedi, J. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi Umkm Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 195 - 205.
- As'ad Sonief, A., Nuraini, Y., & Arief Setyabudi, S. (2019). Digitalisasi Industri Kecil Dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Journal Of Innovation And Applied Technology*, 5(1), 842- 847.
- Dan, D., Seiri, I., Pada, S., Jenang, U., Kudus, A., Hikmah, N., Aziz, M. A., & Khoiriyah, N. (2020). Digitalisasi Dan Implementasi 5s (. 1(1).
- Diningrat, D. S., Maulana, B., & Gultom, E. S. (2017). Digitalisasi Umkm Makanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara. *September*, 237-241.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33-42
- Ernani Hadiyati. 2011. Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 1. Pp. 8-16.
- Emi Suwardi, (2019), Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital, *Ikraith Ekonomika* Vol 2 No 2, 29-34.
- Fandiga, I., Khunaefi, R., & Hayatunnufus, H. (2023). Peningkatan Digitalisasi Umkm Desa Sukaratu Berbasis Inklusi Digital. *Abdikarya: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(02), 99-105.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54-70.
- Gaol, M., & Eni, D. (2022). Analisis Pengaruh Entrepreneurial Networking Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Pemoderasi Pada Umkm Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(1), 281 - 290.
- Hafidh, Abdul Ahmad. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Industri Kuliner Di Kota Cimahi. *Database Penelitian, Skripsi, Tesis Unjani*, 1829 - 7188.
- Hague, C., & Payton, S. (2020). Digital literacy across the curriculum Key to themes: A Futurelab handbook. www.futurelab.org.uk
- Hair, J. F., Et Al. 2007. *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. New Jersey: Pearson

Education Inc.

- Hasna, N. (2021, February). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses dan Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 713-719).
- Haryanti, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt.Danarhadi Surakarta. 144-151.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing And Entrepreneur-Ship, Research Ideas And Opportunities", *Journal Of Small And Medium Entrepreneur-Ships*, Page: 27- 39.
- Huda Nurul Et Al. 2023 Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Kota Bima
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi Umkm. Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan Ix,"9(1), 195-204.
- Jamiat, Nuslih. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *Jurnal Administrasi*, 6(1), 1 - 15.
- Kotler,Phillip. 2005. Manajer Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects Of Entrepreneurial Orientation And Marketing Informationon The Performance Of Smes", *Journal Of Business Venturing*, Page: 592-611.
- Musnaini, Hadion Wijoyo, Irjus Indrawan, Syahtriatna. 2020. *Digipreneurship (Kewirausahaan Digital)*. Cv. Pena Persada.
- Nuraeni, F., & Rachpriliani, A. (2024). Pengaruh Layanan E-Payment dan E-Commerce terhadap Kinerja Supply Chain dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1695-1708.
- Prabowo, H. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Koperasi Berbasis It. *Maqdis:Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3, 17-30.
- Pida, Y., & Imsar, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Scale Up Bisnis Umkm Kota Medan Dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(2), 2580-2305.
- Riptiono, S. (2023). Literasi Bisnis Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia Sean (Abdimas Sean)*, 1(02), 30-33.
- Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan Umkm Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37-42.
- Setiadi, D. (2020). Peran Literasi Digital dan Layanan Berbasis Teknologi dalam Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 85-96.
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelakuusaha Mikro , Kecil Dan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2), 106-110.
- Setiawan. (2013). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Umkm Terhadap Digitalisasi Dalam Bidang Pemasaran. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689- 1699.
- Situasi, A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Sobangan. 01(01), 34- 41.
- Wisswani, N. W. (2017). *Prototype Teknologi Rantai Informasi Berbasis Web*
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Lu'ul, I. L. 2016. Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia* 16(2): 136-147.
- Susano Adhi. (2024) Literasi Digital Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (EduJPM)*. Volume 1, No. 1, 2024
- Tjandrawinata, R. R. (2016). *Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi*. Jakarta: Working Paper From DEXA Medica Group.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Di Riau. Prosiding Sinagara: Inovasi Dalam Mewujudkan Sdg's Pada Era Post Pandemi,