

Research Article

Pengaruh Kapasitas Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM yang Teregristrasi di Platform Kakrg.IdElis Damayanti ^{1*}, Irwan Bempah ², Agustinus Moonti ³^{1,2,3} Agribisnis, FakultasPertanian, Universitas Negeri Gorontalo*Korespondensi: elisdamayantiputri25@gmail.com**ABSTRACT**

This research aims to: 1) determine the digital literacy capacity on the performance of MSMEs Registered in KAKRG.Id platform, and 2) figure out the impact of digital literacy on the performance of MSMEs registered in KAKRG.Id Platform. The research applies the census sampling method. This sampling method uses the entire population without having to draw a research sample. Technique of data analysis is descriptive quantitative, whereas technique of data analysis is the Likert Scale. Findings reveal the digital literacy capacity of the MSME actors registered in KAKRG.Id. The evaluation of information content shows that the vast majority of respondents agree to evaluate the options of the transaction method prior to making the payment. This is proven as much as 64.7% and is included in the good category. The impact of digital literacy on the performance of MSMEs registered in KAKRG.Id platform includes the level of product sales, the inadequacy of digital literacy, and the lack of new product development.

Keywords: Digital Literacy, Performance of MSMEs**ABSTRAK**

Penelitian Ini Bertujuan Untuk: 1) Mengetahui Kapasitas Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Yang Teregristrasi di Platform KAKRG.Id.2) Bagaimana Dampak Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Yang Teregristrasi di Platform KAKRG.Id. Metode pengambilan sampel yang dipilih adalah sampel sensus. Sampel sensus adalah penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis data deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pengukuran *Skala Likert*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kapasitas literasi digital yang dimiliki oleh pelaku UMKM KAKRG.Id berdasarkan hasil analisis deskriptif bisa dilihat bahwa pernyataan jika responden melakukan evaluasi terlebih dahulu dan menentukan metode transaksi pembayaran terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya sehingga kebanyakan menyatakan setuju terhadap Evaluasi Konten Informasi. Hal ini terbukti secara menyeluruh dengan nilai 64,7% yang termasuk dalam kategori baik. Dampak literasi digital terhadap kinerja UMKM yang teregristrasi di platform KAKRG.Id meliputi tingkat penjualan produk, minim penggunaan literasi digital, serta kurangnya pengembangan produk baru.

Kata Kunci: Literasi Digital, Kinerja UMKM**ARTICLE HISTORY**

Received: 05.09.2023

Accepted: 05.09.2023

Published: 30.11.2023

ARTICLE LICENCE

Copyright © 2023 The

Author(s): This is an open-access article distributed

under the terms of the

Creative Commons

AttributionShareAlike4.0

International (CC BY-SA 4.0)

1. Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 memperkenalkan teknologi digital dalam mencari atau mengakses sebuah informasi yang bisa mengikis yang bersifat konvensional dan merubah kehidupan manusia dalam berbagai bidang. Sehingga dapat menyebabkan pandangan masyarakat bahwa transformasi digital dianggap penting dan media digital akan mengikis media konvensional bagi pebisnis Indonesia. Dengan adanya perkembangan digital teknologi yang pada umumnya bisa merubah gaya hidup masyarakat melalui cara pembelian barang dan jasa, termasuk perubahan masyarakat, yang dapat dilakukan secara online agar dapat meningkatkan efektivitas, kecepatan, pelayanan, serta dari segi keamanan dapat mempermudah bagi pelanggan (R & Pritasari, 2020).

Output UMKM terhadap tingkat pertumbuhan mengalami fluktuasi usaha yang lebih rendah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2018 bahwa telah memberikan lebih dari 116,97 juta atau sekitar 97% penduduk. Akan tetapi, kontribusi UMKM pada tahun 2018 terhadap PDB mengalami penurunan yang semula 61,41% menjadi 61,07% pada tahun 2015 (Slamet, dkk 2016:128). Maka dari itu diperlukannya strategi dalam mengembangkan sebuah usaha atau bisnis dalam menyediakan sebuah infrastruktur Information and Communication Tegnology (ICT), proses dalam memproduksi, serta memperluas pasar baik dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang sehingga para pelaku UMKM dapat meningkatkan kinerjanya melalui kapasitas daya saing yang dimiliki (Ariwibawa, 2016).

Berdasarkan hasil pengamatan melalui wawancara peneliti kepada Co-Founder aplikasi KAKRG, Irwan Bempah mengatakan bahwa "UMKM yang teregristrasi diplatform aplikasi digital KAKRG.Id, masih minim enam bulan terakhir terkait dengan transaksi penjualan. Diduga karena basic literasi digital masih rendah". Hal ini harus menjadi perhatian serius dari pemilik UMKM dalam meningkatkan pengetahuan mengenai kapasitas literasi digital dalam melakukan pengembangan usaha berbasis digital. Maka diperlukannya bagi setiap individu dalam mencari, menemukan, menggunakan, serta dapat memanfaatkan teknologi sehingga para pelaku usaha dapat dengan mudah menggunakan informasi melalui literasi digital. Untuk itu diperlukannya manajemen organisasi serta dapat mengembangkan usaha melalui digital marketing dengan basic digital. Teknologi informasi dapat ditekankan melalui penekanan pada konteks manajemen berbasis digital yang dapat dipengaruhi oleh komunikasi antara anggota kerja.

Dengan adanya teknologi, seorang manajer dapat meningkatkan kemampuannya dalam memantau kinerja sebuah tim melalui teknologi serta dapat memperluas peluang kerjasama dengan memperbanyak akses agar bisa mendapatkan sebuah informasi. Kemudian dengan adanya literasi digital dapat mempermudah para pelaku usaha bisa saling berkomunikasi satu dengan lainnya secara efesien, sehingganya proses kerjasama yang dilakukan lebih efektif. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di UMKM Komunitas Kesejahteraan Rakyat Gorontalo untuk mengetahui literasi digital terhadap kinerja pegawai. Penulis tertarik melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kapasitas Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM" (Studi Pada Pelaku UMKM Yang Teregristrasi di Platform Aplikasi KAKRG.Id), dengan tujuan untuk mengetahui kapasitas literasi digital dan dampak literasi digital terhadap kinerja UMKM yang teregristrasi di patform KAKRG.Id.

2. Metode

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM yang teregristrasi pada platform aplikasi Komunitas Kesejahteraan Rakyat Gorontalo (KAKRG) Kota Gorontalo. Sedangkan waktu yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu selama 3 bulan mulai dari bulan April 2022 hingga Juni 2022 terhitung dari proses survey awal.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Regresi Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear untuk pembuktian hipotesis penelitian. Berdasarkan data primer dengan menggunakan analisis ini yang telah disebar pada 34 responden yang diambil dari lembar kuisioner. Pada penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dengan aplikasi windows yaitu SPSS. Berikut tabel 1 hasil uji regresi berganda dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	37.531	5.783		6.489	.000
	Pencarian Internet	.471	.481	.149	.980	.335
	Evaluasi Konten Informasi	1.309	.533	.461	2.457	.020
	Penyusunan Pengetahuan	.777	.643	.267	1.209	.236

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: *Data Primer Diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 37,531 + 0,471X1 + 1,309X2 + 0,777X3 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika konstanta sebesar 37,531 artinya jika pencarian di internet(X1), evaluasi konten informasi (X2) dan penyusunan pengetahuan (X3) nilainya adalah 0, maka kinerja UMKM (Y) nilainya adalah 37.351.
2. Koefisien regresi variabel pencarian di internet(X1) sebesar 0,471 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pencarian di internet mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja UMKM (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,471.
3. Nilai koefisien regresi variabel evaluasi konten informasi (X2) sebesar 1,309 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan evaluasi konten informasi mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja UMKM (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,309.
4. Koefisien regresi variabel penyusunan pengetahuan (X3) sebesar 0,777 artinya apabila nilai akses pemasaran meningkat 1 satuan maka kinerja UMKM meningkat sebesar 0,777 satuan. Semakin meningkatnya penyusunan pengetahuan diikuti dengan meningkatnya kinerja UMKM

Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Untuk dapat melihat apakah variabel pencarian di internet (X1), evaluasi konten informasi (X2), dan penyusunan pengetahuan (X3) terhadap kinerja UMKM (Y) layak bisa diuji dengan menggunakan pengujian model regresi yang dilakukan secara Bersama-sama (Deni, 2013). Untuk menemukan pengaruh secara simultan maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H0: pencarian di internet, evaluasi konten informasi dan penyusunan pengetahuan secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap kinerja UMKM

Hi: pencarian di internet, evaluasi konten informasi dan penyusunan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap kinerja UMKM

Nilai Ftabel pada Uji F sebesar 3,29 akan dibandingkan dengan nilai Fhitung dengan menggunakan rumus Ftabel = (k; n-k), yaitu (2; 34-2) atau Ftabel (2; 32). Berikut tabel 2 hasil Uji Simultan (F) dibawah ini:

Tabel 2. Uji Simultan (F) dalam Output ANOVA

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1701.884	3	567.295	16.811	.000 ^b	
Residual	1012.351	30	33.745			
Total	2714.235	33				

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Penyusunan Pengetahuan, Pencarian Internet, Evaluasi Konten Informasi

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil output anova, diperoleh nilai Fhitung = 16,811 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. nilai Fhitung > Ftabel atau $16,811 > 3,29$. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen ialah pencarian di internet, evaluasi konten informasi, serta penyusunan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kinerja UMKM.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian yang dapat dilakukan untuk menjelaskan apakah variable independent berpengaruh secara individual terhadap variable dependen (Ghozali, 2011). Jika nilai Sig lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} artinya maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} maka H_0 diterimadan H_a ditolak. Berikut tabel 3 Hasil Uji T dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	37.531	5.783		6.489	.000
	Pencarian Internet	.471	.481	.149	.980	.335
	Evaluasi Konten Informasi	1.309	.533	.461	2.457	.020
	Penyusunan Pengetahuan	.777	.643	.267	1.209	.236

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

1. Hipotesis 1: Pengaruh pencarian di internet terhadap kinerja UMKM pada tabel 4.10 nilai t_{hitung} sebesar 0,980 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,335 yang menandakan lebih besar dari 0,05. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,980 < 2,039$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel pencarian di internet tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

2. Hipotesis 2: Pengaruh evaluasi konten informasi terhadap kinerja UMKM berdasarkan tabel 4.10 nilai thitung sebesar 2,457 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,020 yang menandakan lebih kecil dari 0,05. Nilai thitung > ttabel atau $2,457 > 2,039$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel evaluasi konten informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Hipotesis 3: Pengaruh penyusunan pengetahuan terhadap kinerja UMKM pada tabel 4.10 nilai thitung sebesar 1,209 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,236 yang menandakan lebih besar dari 0,05. Nilai thitung < ttabel atau $1,209 < 2,039$. Hal ini bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel pencarian di internet tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada umumnya dapat menerangkan variasi dan melihat bagaimana kemampuan model pada variable independen. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan bahwa ketika menjelaskan variable dependen sangatlah terbatas dari kemampuan variable-variabel independen. Berikut tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.590	5.809

a. Predictors: (Constant), Penyusunan Pengetahuan, Pencarian Internet, Evaluasi Konten Informasi

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Hasil penelitian diatas berdasarkan tabel 4 yaitu bahwa Adjusted R Square memiliki nilai sebesar 0,590 atau 59% dari hasil model summary. Sehingga dapat mempengaruhi oleh variabel kinerja UMKM yang dijelaskan melalui variable pencarian di internet, evaluasi konten informasi, dan penyusunan pengetahuan sebesar 59%, sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kapasitas Literasi Digital UMKM KAKRG.Id

Kapasitas literasi digital UMKM KAKRG.Id dilakukan melalui pengukuran terhadap sub-sub variabelnya, adalah pencarian di internet, evaluasi konten informasi serta penyusunan pengetahuan.

a. Pencarian di internet bisa dilihat bahwa responden kebanyakan memilih setuju berdasarkan hasil analisis deskriptif jika para pelaku UMKM bisa mencari informasi yang berkaitan langsung dengan strategi dalam meningkatkan kegiatan dengan internet menunjukkan bahwa sebesar 61,8% akan tetapi pada persentase cukup besar 38,2% masih ada yang belum memahami aktifitas bisnis dalam menunjang pemanfaatan internet. Hal ini disebabkan oleh para pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami bagaimana tatacara pemasaran melalui online yang lumayan sulit dikarenakan harus melalui dengan beberapa tahapan terlebih dahulu misal membuat akun website, kemudian melakukan foto produk, serta masih banyak lainnya. Para pelaku UMKM sudah terbiasa melakukan hal yang instan dalam memasarkan produknya. Selain itu juga, mayoritas responden pada aspek pencarian di internet dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang dapat dikatakan dengan baik dalam pemahaman menggunakan dan memanfaatkan internet untuk dapat mencari sebuah informasi yang berkaitan dengan pemasaran melalui digital marketing atau melalui media online, sehingga dapat menunjang sebuah usaha, selain itu

juga para responden agar bisa mendapatkan informasi yang cukup detail dan akurat, maka perlu melakukan pencarian lebih dari satu sumber di internet.

b. Hasil analisis deskriptif berdasarkan wawancara bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju pada pernyataan ketika melakukan evaluasi terlebih dahulu dengan pilihan metode pembayaran terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya. Hal ini terbukti secara menyeluruh yang bernilai 64,7% dapat termasuk dalam kategori baik. Keahlian seseorang dalam berpikir kritis serta bisa menunjukkan penilaian pada apa yang didapatkan melalui online. penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dipengaruhi dengan kemampuan para pelaku usaha agar bisa mengetahui cara dalam mencari suatu sumber informasi elektronik (berdasarkan internet) dan keahlian dalam memakai aplikasi/peramban misalnya dalam menggunakan *Google Chrome, Mozilla Firefox, Intenet Explore*. Dalam mengakses pencarian sebuah informasi melalui internet dapat dilakukan dengan menggunakan alat smartphone yang masih dipakai sampai saat ini, sedangkan Sebagian mayoritas responden dalam penelitian ini lebih menggunakan internet dengan mengakses melalui smartphone, sehingga hal ini dapat menyebabkan pencarian di internet di indikasikan dalam kategori tinggi. Akan tetapi dengan adanya pemanfaatan media digital dalam pencarian di internet dalam memenuhi tingginya kemampuan kebutuhan usaha harus diimbangi dengan literasi digital yang berkaitan langsung dari kemampuan indicator lainnya sehingga bisa lebih konsisten.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM KAKRG.Id. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa evaluasi konten informasi sebesar 64,7% menunjukkan bahwa para pelaku dengan tingkat literasi digital yang tinggi yang digunakan dalam pelaku usaha sangat dipengaruhi dengan perilaku berwirausaha, namun masih ada juga beberapa UMKM yang menyatakan bahwa evaluasi terhadap berbagai pilihan metode transaksi belum maksimal. Sehingga diperlukan adanya literasi digital terhadap berbagai pilihan metode transaksi lainnya yang dimiliki oleh pelaku UMKM KAKRG.Id yang tepat dan benar.

c. Penyusunan pengetahuan terhadap UMKM KAKRG.Id berdasarkan (*Knowledge Assembly*) dalam kategori kuat. Hal ini diperkuat dengan jawaban setuju terhadap pernyataan "selalu meningkatkan literasi digital dengan cara meleak teknologi demi mengikuti perkembangan tren seputar kebutuhan konsumen sebesar 61,7%. Pada penelitian ini, mayoritas responden KAKRG.Id memiliki sebuah kemampuan dalam mengembangkan sebuah usaha dengan menelusuri latar belakang informasi agar memperoleh (sumber yang dipercaya/tidak dipercaya) secara langsung, kemudian dapat mengevaluasi kemampuan informasi yang telah disediakan melalui internet dengan memilih informasi yang sesuai dengan usahanya secara sederhana agar dapat membentuk sebuah forum diskusi sehingga menghadirkan komunikasi melalui sosial media (*Fecebook, Instagram, Youtube*) untuk mendapatkan informasi. Hal ini disebabkan oleh Sebagian responden KAKRG.Id pada penelitian ini tergolong masih produktif dalam menggunakan atau mendapatkan informasi pada usia yang lebih aktif dan lebih kritis sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Responden pada penelitian ini dikatakan dengan baik apabila sering mengikuti diskusi tentang kewirausahaan lebih dari 2 kali kegiatan mengenai penyusunan pengetahuan yang telah diadakan (Payton, 2010). Kemudian para pelaku UMKM juga dapat mendiskusikan informasi melalui media sosial atau forum diskusi serta dapat mengevaluasi atau melakukan pengecekan kembali terhadap informasi yang telah didapatkan. Salah satu kompetensi inti daripada literasi digital penyusunan pengetahuan

merupakan suatu kemampuan individu agar dapat mengaplikasikan pencarian melalui kata kunci sebuah informasi, dan dapat bergabung dengan forum/obrolan melalui media sosial agar mendapatkan informasi, menggunakan sumber informasi lainnya selain sosial media dan kegiatan yang dapat dilakukan dalam penyusunan pengetahuan. Agar mempermudah seseorang dalam mengakses sebuah informasi maka dibutuhkan kata kunci. Dengan demikian dapat mempermudah seseorang dalam melakukan pencarian melalui internet secara spesifik dengan sebuah informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, Sebagian responden dapat menjelaskan penentuan kata kunci agar dapat mengakses pencarian informasi melalui internet.

Dampak Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM

a. Dampak pencarian di internet terhadap kinerja UMKM berdasarkan hasil uji parsial variabel pencarian di internet tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini selaras dengan penelitian oleh Tulus (2009) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan *E-commerce* terhadap kinerja keuangan. Hal ini dikarenakan dalam meningkatkan sebuah usaha penggunaan *E-commerce* terhadap kinerja UMKM belum dikatakan optimal. Adapun dampak daripada pencarian di internet terhadap kinerja UMKM dikarenakan para pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami bagaimana tatacara pemasaran melalui online yang dirasa sedikit sulit dikarenakan harus dengan beberapa tahapan terlebih dahulu seperti membuat akun *website*, kemudian melakukan foto produk, kemudian masih minim penggunaan pencarian di internet dalam membuat sebuah *website* atau media sosial agar dapat mengembangkan usahanya dan masih banyak lainnya.

b. Dampak evaluasi konten informasi berdasarkan hasil uji simultan dan parsial variabel evaluasi konten informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini juga bersamaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian yang diteliti oleh I Gusti Ayu Imbayani dan I Dewa Made Endiana(2016) yang mengatakan dalam menerapkan konten informasi terhadap kinerja UKM sangat berpengaruh positif. Akan tetapi, dalam penelitian ini para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya masih lebih banyak yang menggunakan media sosial, sehingga akan berdampak kepada pemahaman terhadap media sosial/forum yang sebagai suatu cara agar mempermudah mencari pelanggan baru serta membantu dalam mendirikan sebuah usaha. Sehingga responden para pelaku UMKM harus meningkatkan pemahaman kemampuan karakteristik halaman *website* melalui internet serta pengetahuannya terhadap berbagai perbedaan dan fungsi di masing-masing jenis *website* melalui sosial media, agar dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan serta dapat meningkatkan laba sesuai dengan yang diharapkan.

c. Dampak penyusunan pengetahuan terhadap kinerja UMKM Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil temuan ini selaras dengan penelitian oleh Nurhadi (2015) yang mengatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan *E-commerce* terhadap kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan tentang transaksi pembayaran/bisnis, para pelaku UMKM masih belum mengetahui transaksi serta proses *upload* bisnis dikarenakan pelatihan dan platform belum merata serta jarang memasarkan produknya secara online (penjualan tradisional), kurangnya pengembangan produk baru, serta lebih didominasi produk domestik dikarenakan tidak adanya pegawai yang bisa mengatasi dalam melakukan transaksi online, serta sebagian para pelaku UMKM sudah merasakan puas terhadap hasil yang diperoleh. Sehingga akan mengakibatkan dampak dalam proses penjualan produknya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pencarian di Internet (X1) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Evaluasi Konten Informasi (X2), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja UMKM. Penyusunan Pengetahuan (X3), berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa penyusunan pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dampak literasi digital berkorelasi positif terhadap kinerja UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku UMKM yang menerapkan literasi digital, maka akan meningkatkan kinerja UMKM. Berdasarkan hasil penelitian masih minim penggunaan literasi digital, dikarenakan minimnya pengetahuan tentang transaksi pembayaran/bisnis, dominan para pelaku UMKM masih memakai akun gratis dibanding menggunakan aplikasi KAKRG, sehingga pelatihan dari platform belum merata, serta belum memahami dalam melakukan transaksi penjualan dengan menggunakan aplikasi literasi digital KAKRG. Dengan adanya literasi digital, para pelaku UMKM tidak hanya bisa memahami media digital, akan tetapi mereka juga bisa menyambungkan dengan melalui aktivitas keseharian misalnya yang berkaitan dengan meningkatkan kegiatan usaha yang dimiliki, termasuk kegiatan dalam melakukan sebuah pemasaran ataupun promosi melalui media sosial sehingga bisa mendapatkan keuntungan dalam mendirikan sebuah usaha.

Daftar Pustaka

- Ariwibawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Dermawan, dan Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdajara Offset.
- Endiana, I. M., & Sudiartana, I. M. (2016). *Pengaruh Pemahaman dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individu dan Kinerja UKM Pengrajin Perak*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hague, C. and Payton, S. (2010). *Digital Literacy Across the Curriculum*. Bristol: Futurelab.
- Imbayani, I Gusti Ayu Dan I Dewa Made Endiana. (2016). Pengaruh Pemahaman Dan Penerapan Sistem Informasi Terhadap Kinerja UMK Pengrajin Genteng Di Kabupaten Tabanan; Denpasar. Universitas Mahasaraswati. *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati*.
- Kurnianingsih, I. Rosini, dan Ismayati, N. (2017). *Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi*. Jakarta: Universitas Yarsi Jakarta.
- Mwakesi, I. W. (2013). *Pengaruh Elektronik Perdagangan Terhadap Kinerja Keuangan. Studi Kasus Saluran Udara Kenya*. Wangari Maathai Institute.
- Nurhadi. (2015). *Anteseden Penggunaan E-Commerce: Pengaruhnya Terhadap Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Organisasi (Studi Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Pratono, A. Hery. (2018). *Ekonomi Perilaku Usaha Kecil. Teori Kewirausahaan, Konsep Perilaku, dan Agenda Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- R, B. R., & Pritasari, O. K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Terhadap Produk Nurayya Sampo Dandruff Tanpa Kandungan Sls. *Jurnal Tata Rias*, 9(2).
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal*

Manajemen Indonesia, 16(2), 136-147.

Tulus, T. (2009). *UMKM DI INDONESIA*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wangari, W Irene. (2013). Pengaruh Elektronik Perdagangan Terhadap Kinerja Keuangan. *Studi Kasus Saluran Udara Kenya*. Universitas Nairobi.