

Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital

Deri Firmansyah^{1*}, Dadang Saepuloh², Dede³

¹STIE Pasim Sukabumi, ²Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

³STMIK Al Fath Sukabumi

Corresponding Author: Deri Firmansyah deri@stiepasim.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: competitiveness, digital transformation, digital literacy

Received : 15, September

Revised : 21, September

Accepted: 27, September

©2022 Firmansyah, Saepuloh, Dede :
This is an open-access article
distributed under the terms of the
[Creative Commons Atribusi 4.0
Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan kuesioner survei untuk memverifikasi hubungan antara literasi digital dan transformasi digital dengan daya saing. Model analisis jalur sederhana digunakan untuk menganalisis data. Temuan menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan dengan transformasi digital. Literasi digital dapat memprediksi transformasi digital dalam mempengaruhi daya saing usaha mikro dan kecil. Literasi digital mempengaruhi daya saing usaha mikro-kecil baik secara langsung maupun tidak langsung melalui transformasi digital. Pemerataan digitalisasi dan transformasi digital usaha mikro dan kecil hingga ke pelosok harus didukung dengan pemahaman digital yang memadai, kolaborasi dalam skema kerjasama multi sektor yang berkelanjutan yang memungkinkan untuk mencapai dan memenuhi harapan tersebut. Keterbatasan penelitian ini perlu dipertimbangkan ketika menafsirkan temuan dan akan melakukan penelitian lebih lanjut. Hambatan dan faktor keberhasilan transformasi digital di kalangan usaha mikro dan kecil dalam upaya meningkatkan daya saing tidak hanya literasi digital yang mempengaruhinya, tetapi juga dimungkinkan untuk menggunakan kombinasi metode penelitian lain untuk menilai ukuran dan kematangan digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan sosial-ekonomi suatu negara karena mereka merupakan bagian penting dari rantai pasokan global. Di Indonesia, UMKM menjadi penopang perekonomian nasional. Kontribusi besar UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2021 mencapai 61,07 persen atau senilai Rp 8.573,89 (Kemenkeu RI, 2022). Ketahanan dan kebangkitan UMKM mempengaruhi keunggulan daya saing dan kinerja ekonomi nasional pasca COVID-19 (Wahdiniwaty & Firmansyah, 2022). Fenomena yang luar biasa, pandemi COVID-19 berdampak serius pada kesehatan, ekonomi, transportasi, dan krisis industri lainnya termasuk para pelaku UMKM (Saepuloh & Firmansyah, 2022). Di sisi lain perkembangan ekonomi digital sedang berlangsung, digitalisasi bisnis di era Revolusi Industri (IR) 4.0 menunjukkan deviasi harapan masa lalu dari para pelaku UMKM, sinyal ini telah terlihat dengan begitu masifnya kemajuan dan penggunaan *Internet of Things (IoT)* telah mendisrupsi beragam sendi kehidupan manusia terutama di bidang ekonomi (Firmansyah et al., 2022). Perkembangan teknologi digital sangat membantu masyarakat pelaku UMKM dalam upaya memperluas jangkauan pasarnya secara cepat tanpa harus bertemu langsung dengan para pelanggan. Kondisi demikian menjadi peluang pelaku UMKM untuk bangkit, naik kelas, UMKM yang maju, mandiri, dan berdaya saing serta berkontribusi dalam perekonomian nasional, tentunya harus mampu melakukan transformasi dari bisnis konvensional ke digital (Firmansyah et al., 2021). Transformasi digital adalah masalah topikal di seluruh dunia, begitu penting bagi semua pelaku usaha di semua sektor, karena mampu mengubah hubungan pelanggan, proses internal, dan penciptaan nilai (Zaoui & Souissi, 2020).

Adaptasi dan transformasi menjadi kunci sukses bagi UMKM untuk dapat bertahan, bangkit dan berkembang di era digital terlebih di mana lingkungan bisnis dan market cepat berubah. Kemampuan dalam beradaptasi pada konsep yang tinggi dengan tuntutan spesifik perusahaan merupakan faktor kunci untuk mendukung UKM memanfaatkan peluang teknologi sehubungan dengan proses digitalisasi (Fechtelpeter et al., 2017). Kondisi ini menjadi tantangan yang luar biasa bagi UMKM, di mana fleksibilitas struktur dan pengelolaan harus didukung dengan kemampuan beradaptasi yang cepat (Hartono, 2021). Dikatakan demikian, karena transformasi digital ini dipahami sebagai pembentukan jaringan pelaku, seperti perusahaan dan pelanggan, di semua segmen rantai nilai dan penerapan teknologi baru (Schallmo et al., 2017). Tetapi, transformasi digital lebih dari sekadar penggunaan teknologi, juga harus mempertimbangkan perubahan bakat, budaya, dan struktur organisasi (Kane et al., 2017). Keterampilan yang dibutuhkan untuk proses bisnis telah berubah terbarukan seiring dengan teknologi adalah literasi digital. Literasi digital muncul bersamaan dengan evolusi internet dan menuntut pengetahuan bagaimana mengakses, mencari, dan menganalisis informasi secara kritis (Liu et al., 2020; Farias-Gaytan et al., 2022). Meskipun harus ditekankan bahwa transformasi digital bukan tentang teknologi tunggal, tetapi perubahan besar berdasarkan "kombinasi teknologi informasi, komputasi, komunikasi, dan

konektivitas" (Bharadwaj et al., 2013; Cichosz et al., 2020). Apalagi ketika dilengkapi dengan komponen teknologi baru berkaitan dengan lokasi dan kecepatan, maka menurut Morakanyane et al., (2017), peran literasi digital diperlukan oleh orang-orang di dalam transformasi digital.

Garzoni et al., (2020), menyebutkan kemampuan keterlibatan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dapat dinilai dari tingkat kesiapan pemanfaatan teknologi dan bagaimana mendigitalkan beberapa proses dalam aktivitas bisnis mereka, dilihat dari tingkat kesadaran digital, tingkat kemampuan penyelidikan digital, kolaborasi digital, dan kemampuan transformasi digital. Oleh karena itu, eksploitasi dan integrasi teknologi digital sering memengaruhi sebagian besar perusahaan di berbagai skala dan bahkan melampaui batas mereka, dengan memengaruhi produk, proses bisnis, saluran penjualan, dan rantai pasokan hingga mampu menciptakan keunggulan daya saing berkelanjutan (Matt et al., 2015). Literasi digital menjadi salah satu pilar pendukung terwujudnya agenda transformasi digital (Keminfo, 2021). Proses transformasi digital menjelaskan pentingnya literasi digital untuk mendukung proses inovasi guna memperkuat daya saing (Krumsvik, 2015).

Penelitian ini mengeksplorasi praktik transformasi digital dan peran literasi digital dalam menciptakan daya saing pada pelaku usaha mikro dan kecil berbasis *hand made* di dua kasawan wisata pesisir pantai yang ada di Sukabumi Selatan. Mengingat literasi digital secara fundamental dapat mendorong terjadinya transformasi model bisnis sebagai fleksibilitas dan adaptasi dalam merespon perubahan lingkungan bisnis di era digital pasca Covid-19 guna mengubah dan mampu menciptakan yang baru sehingga tetap dapat bertahan dan terus berkembang dengan performa dan daya saing yang lebih baik secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Digital (Digital Literacy)

Kompetensi digital dan literasi digital adalah konsep yang semakin banyak digunakan dalam wacana public (Spante et al., 2018), meskipun masih menemukan ada persimpangan dan kesamaan dengan bidang literasi lainnya (Pangrazio et al., 2020). Literasi digital didefinisikan sebagai seperangkat keterampilan yang lebih luas dan lebih kompleks daripada penggunaan sederhana teknologi digital (Biezā, 2020), yang paling penting adalah kebutuhan untuk 'mengkontekstualisasikan internet dan cara menyajikan informasi terhadap bentuk nonjaringan lainnya. Iordache et al., (2017), mengelompokkan indikator literasi digital, diantaranya operasional dan teknis, informasi dan komunikasi digital, pembuatan konten digital dan strategis. Keterampilan digital dapat meningkatkan penggunaan TIK, transformasi dan keterlibatan media sosial, daya saing dan kinerja organisasi di UKM (Rozak et al., 2021).

H1 : Literasi digital berpengaruh terhadap transformasi digital

Transformasi Digital Perusahaan (Enterprise Digital Transformation)

Transformasi bisnis digital adalah proses objektif yang merespons perubahan lingkungan bisnis. Transformasi digital adalah penggunaan teknologi digital (Negroponte, 1995; Morze & Strutynska, 2021), untuk secara mendasar meningkatkan produktivitas dan nilai perusahaan (Westerman et al., 2014). Transformasi Digital yang sukses membutuhkan organisasi dan para pelaku yang terlibat memiliki kesiapan literasi digital dan mengembangkan berbagai kemampuan sesuai dengan konteks bisnis dan kebutuhan (Reis et al., 2018). Di era ekonomi terbarukan saat ini, fokus para pelaku usaha dan personelnnya dari industri yang bersaing secara aktif di seluruh dunia (Morze & Strutynska, 2021), memberikan tekanan untuk *go digital* sebelum orang lain melakukannya, berusaha untuk bertahan hidup dan mencapai keunggulan daya saing (A. S. Bharadwaj, 2000; Reis et al., 2018). Transformasi digital berkaitan erat dengan: (1) penggunaan dan penyelarasan teknologi digital dalam suatu perusahaan, (2) melakukan perubahan organisasi, (3) memungkinkan aktivitas, (4) menciptakan dan menangkap peluang dan nilai baru (Jeansson & Bredmar, 2019).

H2 : Transformasi digital berpengaruh terhadap daya saing

Daya Saing (Competitiveness)

Daya saing adalah kemampuan untuk kinerja yang baik (Garengo et al., 2005), untuk yang lain menyiratkan penciptaan dan keberlanjutan sumber keunggulan kompetitif (Ceptureanu, 2015). Di sisi lain, menekankan pendekatan strategi kompetitif (Porter et al., 2008), daya saing juga merupakan konsep relatif, berkaitan dengan seberapa kompetitif suatu perusahaan jika dibandingkan dengan industri lainnya. Ajitabh & Momaya (2004), menyebutkan bahwa fokus pada sumber daya saing utama di tingkat perusahaan dan mengklasifikasikan literatur terkait daya saing dalam kerangka kerja aset-proses-kinerja (*asset, process, & performance/APP*) (Ceptureanu, 2015). Di era ekonomi digital, transformasi digital (DT) menjadi pendekatan baru bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam konteks persaingan pasar yang ketat dan dinamis. Faktor teknologi dan lingkungan mendorong terjadinya transformasi digital yang memiliki dampak positif pada kemampuan organisasi dalam menciptakan daya saing mereka, literasi digital memainkan peran penting dalam mengadopsi teknologi dan adaptasi lingkungan untuk keberhasilan transformasi digital (Zhang et al., 2022).

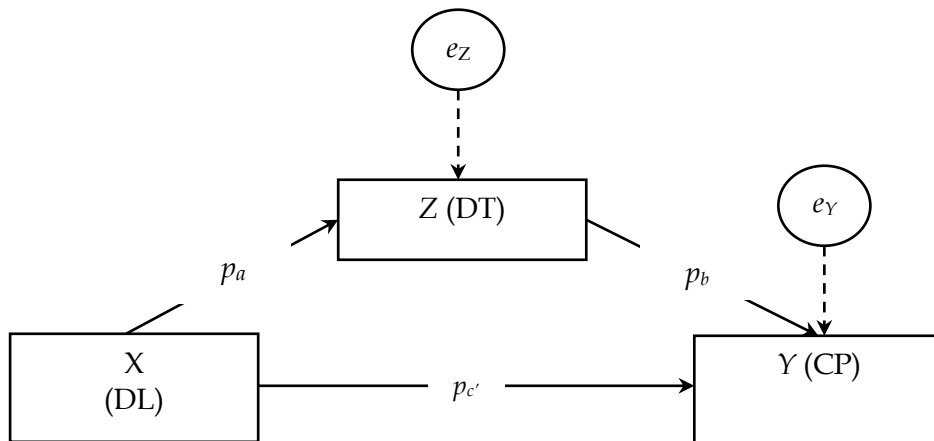
H3 : Literasi digital berpengaruh terhadap daya saing baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peran transformasi digital

METODOLOGI

Penelitian ini pendekatan kuantitatif, menggunakan kuesioner survei untuk memverifikasi model penelitian. Item pengukuran diekstraksi dari hasil penelitian yang telah ada dan dimodifikasi guna menyesuaikan dengan penelitian ini. Indikator literasi digital dan transformasi digital diadaptasi dari Iordache et al., (2017) dan Jeansson & Bredmar (2019). Sementara indikator daya saing merujuk pada temuan Ajitabh & Momaya (2004); (Ceptureanu,

2015). Literasi digital menjadi mediator hubungan transformasi digital dan daya saing. Pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* atau *accidental sampling*, sebanyak 53 pelaku usaha mikro (UMi) dan usaha kecil (UK). *Convenience sampling* dipilih berhubungan kemudahan jangkauan keberadaan responden dengan pertimbangan responden yang ada dan dapat berpartisipasi dalam penelitian (Taherdoost, 2016; Hibberts et al., 2012; Firmansyah, 2022), namun pemahaman dan kebiasaan menggunakan teknologi digital dipertimbangkan.

Model analisis jalur (*path analysis*) sederhana digunakan untuk menganalisis data. SPSS masih efektif untuk memverifikasi hubungan antara konstruksi laten dan variabel yang diamati untuk *simple model path analysis*, ini juga berdasarkan jumlah sampel diteliti ($\sum n < 100 < 200$). Akurasi pengukuran varians variabel laten memungkinkan masih dapat terpenuhi. Model ini mengadopsi model penggunaan makro PROCESS SPSS yang dikembangkan oleh Hayes untuk menguji mediasi, menggunakan metode koreksi bias dan metode persentil untuk menguji efek mediasi, dan tingkat kepercayaan untuk interval kepercayaan adalah 95%. Tiga pertanyaan penelitian (RQ) diajukan pada penelitian ini.



Skema 1. *Path Analysis Simple Model*
 Sumber: Dikembangkan Authors (2022)

Koefisien regresi dan koefisien jalur, dimana:

$$p_a = i_{Z_{DT}X_{DL}} = p_{ZaX}$$

$$p_b = i_{Y_{CP}Z_{DT}} = p_{YbZ}$$

$$p_{c'} = i_{Y_{CP}X_{DL}} = p_{Yc'X}$$

$$e = \text{error estimator diluar model}$$

Persamaan Struktural

Pengaruh X (DL) Terhadap Z (DT):

$$Z = p_{ZaX} + e_z \quad \dots (1)$$

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect effect*)

X (DL) Terhadap Y(CP) Melalui Z (DT) = $a \times b_i$

$$Y = p_{YaX} + p_{YbZ} + e_Y \quad \dots (2)$$

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

X (DT) Terhadap Z (DL) dan Y(CP), X (DT) Terhadap Y(CP) Melalui Z (DL):

$$c_i = c'_i + a \times b_i \quad \text{-----} \rightarrow \quad Y = c' + p_{ZaX} \times p_{YbZ} + e_Y \quad \dots (3)$$

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Instrumen

Dari tiga konsep teoritis yang diteliti pada penelitian ini dikembangkan dengan 28 konsep empiris, yaitu DL = 10 dl; DT = 8 dt; dan CP = 10 cp. Hasil uji reliabilitas variabel X (DL) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas X (DL)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DL1	27.75	21.573	.249	.737
DL2	28.26	19.698	.398	.714
DL3	28.30	18.061	.616	.673
DL4	28.42	21.901	.261	.734
DL5	28.26	20.698	.386	.716
DL6	28.25	17.496	.628	.668
DL7	28.45	20.291	.364	.720
DL8	28.00	20.654	.323	.727
DL9	28.19	19.656	.453	.704

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Tabel 1, menunjukkan bahwa X (DL) dinyatakan valid dan reliabel, dimana skor variabel X (DL) adalah komposit dari DL1, DL2, DL3, DL4, DL5, DL6, DL7, DL8, dan DL9 = 9 item, $C_\alpha = 0,735$ ($C_\alpha > 0,60$). Skor variabel Z (DT) valid dan reliabel adalah komposit dari DT1, DT2, DT3, DT4, DT6, DT7, dan DT8 = 7 item, $C_\alpha = 0,639$ ($C_\alpha > 0,60$). Sementara Skor variabel Y (CP) dinyatakan valid dan reliabel dari CP1 sampai dengan CP10 = 10 item, dengan $C_\alpha = 0,741$ ($C_\alpha > 0,60$).

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Transformasi Digital

Tabel 2. Pengaruh X (DL) dengan Z (DT)

Model Summary				
Variable	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error
Z(DT)	.540 ^a	.291	.277	4.208

a. Predictors: (Constant), X(DL)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel literasi digital dan memiliki korelasi dengan transformasi digital sebesar $R = 0,540$. Besarnya kontribusi literasi digital dalam meningkatkan kemampuan tranformasi digital sebesar $R^2 = 29,1\%$ dari total varians inovasi $R^2 = 29,1\%$; Adj. $R^2 = 27,7\%$. Adanya kesiapan literasi digital mampu mendorong munculnya keberanian dan kemampuan melakukan transformasi digital dalam proses usaha. Implikasinya, sebesar 70,9% adalah sisanya dari varians transformasi digital, dan mungkin dihasilkan dari variabel-variabel yang tidak termasuk dalam model.

Tabel 3. Regresi DL Terhadap DT

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Lower 95%	Upper 95%
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	10.895	2.421			5.678	.000	8.885	18.606
X(DL)	.345	.0757	.540		4.578	.000	0.194	0.496

a. Dependent Variable: Z(DT)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Dari tabel diatas diperoleh persamaan struktur jalur pengaruh X_{DL} terhadap Z_{DT} , sebagai berikut:

$$Z = 0,540_{DL} + e_z$$

Besarnya nilai koefisien jalur *beta* literasi digital dalam memprediksikan setiap terjadinya perubahan transformasi digital sebesar 0,540, sementara nilai *error* (e_z) dalam memprediksikan transformasi digital sebesar 0,842.

Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Daya Saing

Tabel 4. Pengaruh Z (DT) dengan Y (CP)

Model Summary				
Variable	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error
Y(CP)	.809 ^a	.655	.648	3.008

a. Predictors: (Constant), Z(DT)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Variabel laten eksogen literasi digital memiliki korelasi dengan daya saing sebesar $R = 0,809$. Besarnya kontribusi literasi digital dalam memperkuat daya saing sebesar $R^2 = 65,5\%$ dari total varians daya saing $R^2 = 65,5\%$; Adj. $R^2 = 64,8\%$. Adanya literasi digital yang memadai mampu memperkuat daya saing usaha. Implikasinya, sebesar 34,5% adalah sisanya dari varians daya saing, dan mungkin dihasilkan dari variabel-variabel yang tidak termasuk dalam model.

Tabel 5. Regresi DT Terhadap CP

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		Std. Error						
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Lower 95%	Upper 95%
1	(Constant)	3.777	3.280		1.151	.255	-2.808	10.362
	Z(DT)	1.297	.132	.809	9.845	.000	1.033	1.562

a. Dependent Variable: Y(CP)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Dari tabel diatas diperoleh persamaan struktur jalur pengaruh Z_{DT} terhadap Y_{CP} , sebagai berikut:

$$Y = 0,809_{DT} + e_y$$

Besarnya nilai koefisien jalur *beta* transformasi digital dalam memprediksikan setiap terjadinya perubahan daya saing sebesar 0,809.

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Daya Saing Melalui Transformasi Digital

Tabel 6. Pengaruh X (DT) Terhadap Y (CP) Melalui Z (DT)

Model Summary				
Variable	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error
Y(CP)	.914 ^a	.835	.828	2.102

a. Predictors: (Constant), Z(DT), X(DL)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Variabel literasi digital dan variabel laten eksogen transformasi digital memiliki korelasi ganda dengan daya saing sebesar $R = 0,914$. Besarnya kontribusi bersama literasi digital dan transformasi digital dalam memperkuat daya saing sebesar $R^2 = 83,5\%$ dari total varians daya saing $R^2 = 83,5\%$; $Adj. R^2 = 82,8\%$. Adanya kesiapan literasi digital dan kemampuan transformasi digital mampu memperkuat daya saing. Implikasinya, sebesar 16,5% adalah sisanya dari varians daya saing, dan mungkin dihasilkan dari variabel-variabel yang tidak termasuk dalam model.

Tabel 7. Jalur Sederhana X (DL) Terhadap Y (CP) Melalui Z (DT)

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		Std. Error						
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	Lower 95%	Upper 95%
1	(Constant)	-1.844	2.416		-.736	.449	-6.696	3.009
	X(DL)	.516	.070	.503	7.375	.000	0.375	0.656
	Z(DT)	.862	.109	.538	7.879	.000	0.642	1.081

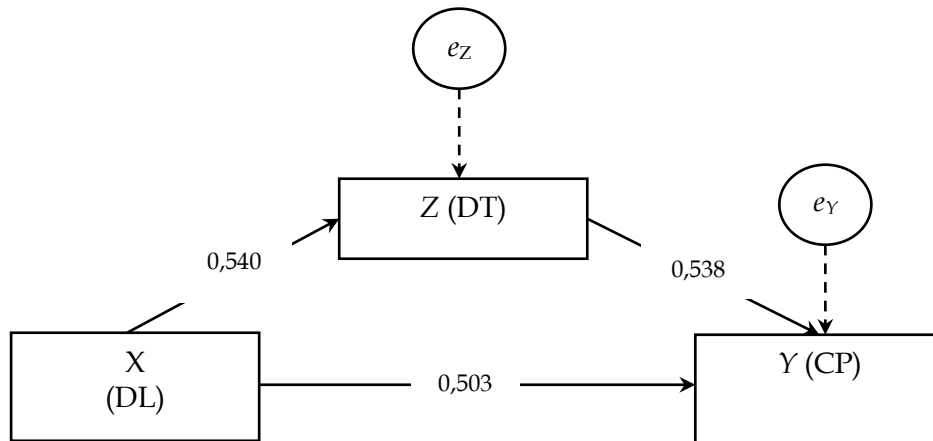
a. Dependent Variable: Y(CP)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Persamaan struktur jalur pengaruh X_{DL} terhadap Y_{DT} melalui Z (DT).

$$Y = 0,503_{DL} + 0,538_{DT} + e_y$$

Besarnya nilai koefisien jalur (*beta*) literasi digital dalam memprediksikan setiap terjadinya perubahan daya saing sebesar 0,503, dan sebesar 0,538 oleh nilai koefisien *beta* transformasi digital. Sementara nilai *error* (e_y) dalam memprediksikan daya saing sebesar 0,406.



Skema 2. Path Analysis Simple Model; Hubungan Kausal Antar Variabel

Diagram jalur di atas, menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan langsung dengan transformasi digital dan daya saing. Diketahui juga bahwa literasi digital memiliki hubungan dan berpengaruh terhadap transformasi digital (RQ_1). Di sisi lain, tranformasi digital memiliki hubungan berpengaruh langsung dengan daya saing (RQ_2). Sementara itu, literasi digital memiliki hubungan dan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap daya saing melalui adanya transformasi digital (RQ_3). Semua jalur signifikan secara statistik pada tingkat Sig. 0,05.

Hipotesis Satu (H_1)

Dari hasil analisis, diketahui bahwa terdapat pengaruh literasi digital terhadap transformasi digital.

Hipotesis Satu (H_2)

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh transformasi digital terhadap daya saing.

Hipotesis Tiga (H_3)

Tabel 8. Analysis of Variance (ANOVA) X(DL), Z(DT) Terhadap Y(CP)

		ANOVA ^a				
Model		SS	df	MS	F	Sig.
1	Regression	1117.155	2	558.770	126.399	.000 ^b
	Residual	220.958	50	4.419		
	Total	1338.113	52			

a. Dependent Variable: Y(CP)

b. Predictors: (Constant), Z(DT), X(DL)

Sumber: Perhitungan authors (2022)

Hasil analisis varians (tabel 8), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh literasi digital terhadap daya saing melalui transformasi digital.

PEMBAHASAN

Literasi digital memiliki hubungan langsung dengan transformasi, sekaligus mempengaruhi munculnya keberanian dan kemampuan melakukan transformasi digital bagi para pelaku usaha mikro dan usaha kecil. Temuan menunjukkan bahwa literasi digital memiliki kontribusi dalam mempengaruhi munculnya kemampuan melakukan transformasi digital sebesar 29,1% (tabel 2). Juga diketahui bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap transformasi digital ($t = 4,578$, $\alpha = p < 0,05$). Temuan ini menguatkan temuan Rozak et al., (2021), bahwa keterampilan digital dapat meningkatkan penggunaan TIK, transformasi dan keterlibatan media sosial, daya saing dan kinerja organisasi di UKM.

Literasi digital terbukti memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap daya saing melalui transformasi digital (gambar 2). Ini menunjukkan bahwa adanya pengetahuan dan keterampilan digital yang dimiliki para pelaku UMi dan UK dapat mempengaruhi daya saing usaha mereka secara langsung, demikian juga adanya pengetahuan, keterampilan dan kesiapan digital dapat melahirkan keberanian dan kemampuan untuk melakukan transformasi digital bisnis sehingga pada akhirnya secara tidak langsung berdampak terhadap daya saing usaha mereka. Pengaruh langsung literasi digital terhadap daya saing, dalam persamaan: $Y = 0,503_{DL} + e_y$.

Hubungan literasi digital terhadap daya saing melalui transformasi digital: $Y = 0,503_{DL} + 0,538_{DT} + e_y$. Temuan ini juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung dari peran mediasi transformasi digital. Besarnya pengaruh tidak langsung mediasi transformasi digital dinyatakan dengan $Y = p_{ZaX} + p_{ybZ} + e_y$. $Y = 0,291 + e_y$. Maka, besarnya pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap daya saing melalui transformasi digital adalah 0,291. Literasi digital dan transformasi digital memiliki kontribusi bersama terhadap daya saing sebesar 83,5% (tabel 6), sisanya sebesar 16,5% dari varians daya saing, yang mungkin dihasilkan dari variabel-variabel yang tidak termasuk dalam model pada penelitian ini. Selain itu, secara statistik diketahui bahwa literasi digital dimediasi transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing ($F = 126,399$ $\alpha = p < 0,05$). Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian Zhang et al., (2022), menemukan bahwa faktor teknologi dan lingkungan mendorong terjadinya transformasi digital yang memiliki dampak positif pada kemampuan organisasi dalam menciptakan daya saing mereka, literasi digital memainkan peran penting dalam mengadopsi teknologi dan adaptasi lingkungan untuk keberhasilan transformasi digital.

Implikasi temuan penelitian ini kembali memperkuat bahwa pengetahuan dan keterampilan digital saat ini juga begitu diperlukan untuk mendukung model dan proses bisnis yang semakin mendisrupsi cara-cara tradisional, berpikir kritis sesuai dengan tujuan ekonomi, telah meningkatkan kesadaran

pentingnya literasi digital untuk dapat mengakses berbagai informasi, isu dan tantangan dan permasalahan ekonomi secara digital bahkan untuk mengidentifikasi dan mengetahui peluang perluasan market secara digital dapat mendorong adanya keberanian adopsi digital dalam proses bisnis dan dimungkinkan munculnya kemampuan untuk melakukan transformasi digital usaha sebagai bentuk inovasi model dan proses usaha guna menemukan dan menciptakan yang baru, relevan dengan perkembangan ekonomi terbaru di era ekonomi digital saat ini, sehingga secara langsung maupun tidak akan memperkuat daya saing pelaku usaha mikro dan usaha kecil secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Literasi digital memiliki hubungan dengan transformasi digital. Literasi digital dapat memprediksikan transformasi digital dalam mempengaruhi daya saing usaha mikro dan kecil. Literasi digital berpengaruh terhadap daya saing usaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui transformasi digital. Digitalisasi bisa menjadi solusi untuk kebangkitan usaha mikro dan kecil di era ekonomi digital pasca COVID-19. Begitu pentingnya literasi digital untuk mendukung struktur, proses usaha yang adaptif dan transformatif di era digital agar dapat mengimbangi dan tetap berada dalam kesesuaian dengan tuntutan bisnis dari waktu ke waktu, sehingga mampu bertahan dan terus berkembang serta memiliki daya saing yang lebih kuat dan berkelanjutan. Pemerataan digitalisasi dan transformasi digital pelaku usaha mikro-kecil hingga ke pelosok harus didukung dengan pemahaman digital yang memadai, adanya kolaborasi dan sinerja dalam skema kerjasama multisektor berkelanjutan dimungkinkan dapat menjangkau dan memenuhi tujuan harapan tersebut.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini tidak terlepas dari kekakuan metodologi yang diterapkan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan ketika menafsirkan temuan dan melakukan penelitian di masa depan. Hambatan dan faktor keberhasilan transformasi digital diantara pelaku usaha mikro dan usaha kecil dalam upaya meningkatkan daya saing tidak hanya literasi digital yang mempengaruhinya, juga dengan menggunakan kombinasi metode penelitian lain memungkinkan dapat mengidentifikasi dan memeriksa ukuran dan kematangan digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini kami menyampaikan ucapan terima kasih atas partisipasi dan kerjasamanya. Rekan dan mitra peneliti yang turut berperan serta dalam penelitian hingga penelitian ini dapat terselesaikan. Kami berharap hasil penelitian ini dapat memberikan luaran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajitabh, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of firms: review of theory, frameworks and models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45–61.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. v. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 471–482.
- Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. *MIS Quarterly*, 169–196. <https://www.jstor.org/stable/3250983>
- Biezā, K. E. (2020). Digital literacy: Concept and definition. *International Journal of Smart Education and Urban Society (IJSEUS)*, 11(2), 1–15.
- Ceptureanu, S. I. (2015). Competitiveness of SMES. *Business Excellence and Management*, 5(2), 55–67.
- Cichosz, M., Wallenburg, C. M., & Knemeyer, A. M. (2020). Digital transformation at logistics service providers: barriers, success factors and leading practices. *The International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209–238. <https://doi.org/10.1108/IJLM-08-2019-0229>
- Farias-Gaytan, S., Aguaded, I., & Ramirez-Montoya, M.-S. (2022). Transformation and digital literacy: Systematic literature mapping. *Education and Information Technologies*, 27(2), 1417–1437. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10624-x>
- Fechtelper, C., Kuehn, A., Dumitrescu, R., & Ebbesmeyer, P. (2017). Integrated technology transfer concept for fostering innovation in SMEs. *26th Int. Assoc. Manag. Technol. Conf. IAMOT*, 1028–1048.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Firmansyah, D., Rifa'i, A. A., Suryana, A., & Suwarna, A. I. (2021). Self Identity Management UMKM Dalam Cyberspace: Perspektif Pasca Transformasi Digital UMKM Di Kawasan Destinasi Wisata Geopark Cileutuh. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1075–1084.
- Firmansyah, D., Suryana, A., & Rifa'i, A. A. (2022). PMD (Pelatihan Media Digital) Sektor Usaha Mikro dan Kecil Handycraft Bambu Di KAA Sukabumi Guna Meningkatkan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Di Era Ekonomi Digital. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2805–2816.
- Garengo, P., Biazzo, S., & Bititci, U. S. (2005). Performance measurement systems in SMEs: A review for a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 7(1), 25–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00105.x>
- Garzoni, A., De Turi, I., Secundo, G., & Del Vecchio, P. (2020). Fostering digital transformation of SMEs: a four levels approach. *Management Decision*, 58(8), 1543–1562. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2019-0939>
- Hartono, A. (2021). *Akselerasi Transformasi Digital, Pendongkrak Kemajuan UMKM*. Faculty Of Business And Economics.
- Hibberts, M., Burke Johnson, R., & Hudson, K. (2012). *Common Survey Sampling*

- Techniques BT - Handbook of Survey Methodology for the Social Sciences* (L. Gideon (ed.); pp. 53–74). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3876-2_5
- Iordache, C., Mariën, I., & Baelden, D. (2017). Developing digital skills and competences: A quick-scan analysis of 13 digital literacy models. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 6–30. <https://doi.org/10.14658/pupji-jse-2017-1-2>
- Jeansson, J., & Bredmar, K. (2019). Digital transformation of SMEs: Capturing complexity. *32nd Bled EConference: Humanizing Technology for a Sustainable Society, Bled, Slovenia, June 16-19, 2019*, 523–541.
- Kane, G. C., Palmer, D., & Phillips, A. N. (2017). *Achieving digital maturity*. MIT Sloan Management Review. <http://sadiril.ws/handle/123456789/1453>
- Kemenkeu RI. (2022). *PIP Dukung Penguatan Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Indonesia*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Ditjen Pembendaharaan BLU Pusat Investasi Pemerintah. Diakses tanggal 9 September 2022.
- Keminfo. (2021). *Literasi Digital Jadi Kunci Keberhasilan Transformasi Digital*. Kementerian Komunikasi Direrktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diakses tanggal 10 September 2022.
- Krumsvik, A. H. (2015). Newspaper Ownership And The Prioritization Of Digital Competences. *Digital Journalism*, 3(5), 777–790. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.941234>
- Liu, Z.-J., Tretyakova, N., Fedorov, V., & Kharakhordina, M. (2020). Digital literacy and digital didactics as the basis for new learning models development. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 15(14), 4–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.3991/ijet.v15i14.14669>
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Morakanyane, R., Grace, A. A., & O'reilly, P. (2017). Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations: A Systematic Review of Literature. *Bled EConference*, 21, 428–444.
- Morze, N. V., & Strutynska, O. V. (2021). Digital transformation in society: key aspects for model development. *Journal of Physics: Conference Series*, 1946(1), 12021. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1946/1/012021>
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital* , Vintage Books. New York. 165.
- Pangrazio, L., Godhe, A.-L., & Ledesma, A. G. L. (2020). What is digital literacy? A comparative review of publications across three language contexts. *E-Learning and Digital Media*, 17(6), 442–459. <https://doi.org/10.1177/2042753020946291>
- Porter, M. E., Ketels, C., & Delgado, M. (2008). The microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index. *The Global Competitiveness Report, 2008*, 51–81.
- Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018). *Digital Transformation: A Literature Review and Guidelines for Future Research BT - Trends and Advances*

- in *Information Systems and Technologies* (Á. Rocha, H. Adeli, L. P. Reis, & S. Costanzo (eds.); pp. 411–421). Springer International Publishing.
- Rozak, H. A., Adhiatma, A., Fachrunnisa, O., & Rahayu, T. (2021). Social media engagement, organizational agility and digitalization strategic plan to improve SMEs' performance. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- Saepuloh, D., Firmansyah, D., Susetyo, D. P., & Suryana, A. (2022). Quadruple Helix Collaboration Concept As An Economic Recovery Solution After COVID-19. *Economica*, 10(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.22202/economica.2022.v10.i2.4636>
- Schallmo, D., Williams, C. A., & Boardman, L. (2017). Digital transformation of business models—best practice, enablers, and roadmap. *International Journal of Innovation Management*, 21(08), 1740014. <https://doi.org/https://doi.org/10.1142/S136391961740014X>
- Spante, M., Hashemi, S. S., Lundin, M., & Algers, A. (2018). Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use. *Cogent Education*, 5(1), 1519143. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2018.1519143>
- Taherdoost, H. (2016). Sampling methods in research methodology; how to choose a sampling technique for research. *How to Choose a Sampling Technique for Research* (April 10, 2016).
- Wahdiniwati, R., Firmansyah, D., Suryana, A., Dede, D., & Rifa'i, A. A. (2022). Mystery in Marketing Management Products Post COVID-19 as a Model of Survival Strategy Towards the Awakening of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Economy Era. *Khazanah Sosial*, 4(1), 187–210. <https://doi.org/10.15575/ks.v4i1.17397>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1–6.
- Zaoui, F., & Souissi, N. (2020). Roadmap for digital transformation: A literature review. *Procedia Computer Science*, 175, 621–628. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.07.090>
- Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on successful factors and influencing mechanism of the digital transformation in SMEs. *Sustainability*, 14(5), 2549.