

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN
DIRI DALAM BERWIRSAUSAHA PADA PELAKU UMKM
DI KOTA SAMARINDA**

Indra Yl. Setiawan¹, Dian Dwi Nur Rahmah², Nadya Novia Rahman³, Ridha Wahyuni⁴
Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman^{1,2,3,4}
e-mail: indraylsetiawan537@gmail.com

Diterima: 15/6/2026; Direvisi: 17/7/2026; Diterbitkan: 3/8/2026

ABSTRAK

Perkembangan ekosistem digital yang semakin pesat mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk terus beradaptasi dan meningkatkan kemampuan digitalnya agar dapat bersaing secara optimal. Dalam konteks ini, kemampuan literasi digital pelaku UMKM tidak hanya memengaruhi kompetensi teknis, tetapi juga berdampak pada aspek psikologis, khususnya kepercayaan diri dalam menjalankan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada UMKM di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelaku UMKM di Kota Samarinda yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan skala literasi digital dan skala kepercayaan diri dalam berwirausaha, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dan regresi multivariat dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi digital terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha dengan nilai $F = 91,260$, $R^2 = 0,482$ (48,2%), dan $p = 0,000$. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Samarinda yang memiliki kemampuan literasi digital yang tinggi mampu membangun keyakinan diri yang lebih kuat dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya di era digital. Temuan ini mengimplikasikan bahwa program pengembangan UMKM perlu memadukan peningkatan kapasitas digital dengan penguatan psikologis, khususnya kepercayaan diri, agar adopsi teknologi digital dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

Kata Kunci: kepercayaan diri dalam berwirausaha, literasi digital, UMKM

ABSTRACT

The rapid development of the digital ecosystem encourages micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to continue to adapt and improve their digital capabilities in order to compete optimally. In this context, the digital literacy skills of MSME actors not only affect technical competence, but also have an impact on psychological aspects, especially confidence in running a business. This study aims to determine the influence of digital literacy on confidence in entrepreneurship in MSMEs in Samarinda City. This study uses a quantitative approach with a sample of 100 MSME actors in Samarinda City selected using purposive sampling techniques. Data were collected using the digital literacy scale and the confidence in entrepreneurship scale, then analyzed using simple linear regression analysis and multivariate regression with the help of the SPSS program. The results showed a significant influence between digital literacy on confidence in entrepreneurship with values of $F = 91,260$, $R^2 = 0.482$ (48.2%), and $p = 0.000$. This shows that MSME actors in Samarinda City who have high digital literacy skills are able to build stronger self-confidence in running and developing their

businesses in the digital era. These findings imply that MSME development programs need to combine digital capacity building with psychological strengthening, especially self-confidence, so that the adoption of digital technology can run more optimally and sustainably.

Keywords: *confidence in entrepreneurship, digital literacy, MSMEs*

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini memasuki era Revolusi Industri 4.0 yang ditandai oleh integrasi teknologi digital secara masif dalam sektor ekonomi dan kewirausahaan. Pemerintah merespons transformasi ini melalui program *Making Indonesia 4.0* yang menargetkan sebanyak 30 juta UMKM *Go Digital* pada tahun 2024 (Novianti & Munawaroh, 2025). Hingga akhir tahun 2023, tercatat sebanyak 27 juta pelaku UMKM telah berhasil beralih ke dalam ekosistem digital nasional (SM et al., 2025). Kebijakan ini menegaskan pentingnya adaptasi teknologi sebagai basis utama akselerasi daya saing pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, penguasaan perangkat digital menjadi kebutuhan mutlak bagi keberlanjutan bisnis para pelaku UMKM saat ini.

Namun demikian, proses transformasi digital pada sektor UMKM di berbagai daerah masih menghadapi hambatan teknis maupun operasional yang cukup kompleks. (Utomo et al., 2025) menemukan bahwa hambatan utama transformasi digital mencakup rendahnya literasi digital, keterbatasan finansial, serta belum meratanya akses infrastruktur teknologi. Fenomena serupa terjadi di Kalimantan Timur yang memiliki 336.045 unit UMKM, di mana mayoritas pelaku usaha di Samarinda belum optimal memanfaatkan *e-commerce* maupun *social media marketing* (Adhimursandi et al., 2024). Keterbatasan ini mengindikasikan bahwa akselerasi adopsi teknologi tidak cukup hanya mengandalkan penyediaan infrastruktur fisik semata. Diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor penentu kesiapan individu dalam mengadopsi teknologi tersebut.

Tantangan adopsi teknologi yang dialami pelaku UMKM tersebut pada gilirannya turut memengaruhi kondisi psikologis dan efikasi diri mereka dalam mengelola bisnis. Kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya yang tercermin melalui sikap optimis, objektif, bertanggung jawab, serta berpikir rasional dalam mengambil keputusan usaha (Gunawan & Syah, 2024; Soelaiman et al., 2024). Kesiapan mental ini menjadi benteng utama dalam menghadapi iklim persaingan usaha yang semakin kompetitif di pasar digital. Irwanto dan Ie (2023) membuktikan bahwa kesiapan psikologis berupa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Dengan demikian, penguatan kapasitas teknis digital harus berjalan selaras dengan penguatan variabel psikologis para pelaku usaha.

Meskipun keterkaitan antara teknologi dan kinerja usaha telah banyak dikaji, studi terdahulu umumnya masih berfokus pada dimensi kinerja finansial atau intensi kewirausahaan semata. Penelitian Fatonah et al., (2026) menguji literasi digital terhadap kemudahan berbisnis pada kelompok inklusif, sedangkan Firmansyah et al., (2023) menekankan dampaknya pada *entrepreneurial intention*. Kesenjangan penelitian (*research gap*) terletak pada minimnya kajian yang secara spesifik memodelkan pengaruh literasi digital terhadap aspek psikologis internal berupa kepercayaan diri berwirausaha pada UMKM daerah berkembang seperti Kota Samarinda. *Novelty* penelitian ini menyajikan analisis komprehensif mengenai bagaimana aspek-aspek kognitif literasi digital berkontribusi membentuk kepercayaan diri wirausaha. Penelitian ini sangat penting dilakukan guna merumuskan strategi pembinaan UMKM yang mengintegrasikan aspek kapasitas teknis dan penguatan psikologis.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif inferensial ini bertujuan menguji pengaruh variabel bebas literasi digital (X) terhadap variabel terikat kepercayaan diri dalam berwirausaha (Y) pada pelaku UMKM di Kota Samarinda. Populasi penelitian mencakup 336.045 unit UMKM di Kota Samarinda berdasarkan data *Online Data System* Kementerian Koperasi dan UKM RI tahun 2023. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin pada *margin of error* 10%, sehingga diperoleh 100 responden melalui teknik *purposive sampling*. Kriteria inklusi sampel meliputi pemilik (*owner*) UMKM berusia 20–30 tahun di Samarinda, memiliki akses rutin perangkat digital, serta aktif menggunakan *platform digital marketing*.

Pengumpulan data menggunakan Skala Kepercayaan Diri dan Skala Literasi Digital berdasarkan aspek Bawden (2001) dengan model skala Likert empat pilihan (*Sangat Sesuai* hingga *Sangat Tidak Sesuai*). Kedua instrumen telah melalui pengujian validitas butir dan reliabilitas *Cronbach's Alpha* via uji coba (*tryout*) pada 30 responden di luar sampel utama. Analisis data diolah menggunakan bantuan program SPSS yang mencakup pengujian asumsi klasik berupa uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis mayor dianalisis menggunakan regresi linear sederhana, sedangkan pengujian hipotesis minor antar-aspek dianalisis menggunakan teknik regresi multivariat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Berdasarkan distribusi usia, kategori terbanyak adalah 28-30 tahun (56%), diikuti 23-27 tahun (41%), dan >30 tahun (3%). Berdasarkan lama berwirausaha, terbanyak adalah 6 bulan - 1 tahun (53%), kemudian 1-3 tahun (30%), >3 tahun (14%), dan kurang dari 6 bulan (3%). Jenis UMKM yang paling banyak adalah Kuliner/Food & Beverage (47%), Fashion/Pakaian (29%), Jasa (17%), dan Kerajinan/Handicraft (7%). Karakteristik ini menunjukkan bahwa subjek penelitian didominasi oleh pelaku usaha pada fase awal pengembangan bisnis, yang umumnya masih dalam proses membangun kepercayaan diri sekaligus kompetensi digitalnya.

Hasil uji deskriptif pada tabel 1 menunjukkan bahwa mean empirik kepercayaan diri (77.01) lebih tinggi dari mean hipotetik (62.5), dengan status tinggi. Sebaran kategorisasi menunjukkan 27% sangat tinggi, 62% tinggi, 10% sedang, dan 1% rendah. Pada variabel literasi digital, mean empirik (83.89) juga lebih tinggi dari mean hipotetik (70), dengan 23% sangat tinggi, 61% tinggi, dan 16% sedang, menunjukkan bahwa subjek memiliki tingkat literasi digital yang tinggi.

Tabel 1. Mean Empirik dan Mean Hipotetik

Variabel	Mean Empirik	SD Empirik	Mean Hipotetik	SD Hipotetik	Status
Kepercayaan Diri	77.01	8.021	62.5	12.5	Tinggi
Literasi Digital	83.89	7.670	70	14	Tinggi

Pengujian uji asumsi menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (K-S test $p > 0.05$), terdapat hubungan linear antara literasi digital dan kepercayaan diri, serta tidak terjadi heteroskedastisitas pada model, sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian hipotesis lebih lanjut.

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara literasi digital terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha ($F = 91.260 > F$ tabel 3.94, $R^2 = 0.482$, $p = 0.000$). Hal ini berarti literasi digital memberikan kontribusi sebesar 48,2% terhadap

kepercayaan diri dalam berwirausaha pelaku UMKM di Kota Samarinda, sehingga hipotesis mayor dinyatakan diterima.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Regresi Linear Sederhana

Variabel	F Hitung	F Tabel	R ²	p
Kepercayaan Diri (Y) - Literasi Digital (X)	91.260	3.94	0.482	0.000

Hasil uji hipotesis tambahan menggunakan analisis regresi multivariat model penuh menunjukkan bahwa seluruh aspek literasi digital berpengaruh signifikan terhadap semua aspek kepercayaan diri: keyakinan kemampuan diri ($R^2 = 0.283$, $p = 0.000$), optimis ($R^2 = 0.464$, $p = 0.000$), objektif ($R^2 = 0.382$, $p = 0.000$), bertanggung jawab ($R^2 = 0.412$, $p = 0.000$), dan rasional & realistis ($R^2 = 0.291$, $p = 0.000$). Kontribusi tertinggi terlihat pada aspek optimis, yang mengindikasikan bahwa literasi digital paling kuat berperan dalam membentuk pandangan positif pelaku UMKM terhadap masa depan usahanya.

Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan sebesar 48,2% terhadap kepercayaan diri dalam berwirausaha pada pelaku UMKM di Kota Samarinda. Besarnya nilai kontribusi ini mengindikasikan bahwa hampir separuh variansi kepercayaan diri pelaku UMKM dibentuk oleh sejauh mana mereka mampu mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif. Temuan ini mendukung hasil studi (Widyaningsih et al., 2023) yang mengonfirmasi bahwa literasi digital berdampak langsung pada penguatan keyakinan diri pelaku UMKM di Sumbawa. Sejalan dengan itu, (Fajriana & Fietroh, 2023) menegaskan bahwa kapabilitas digital menjadi fondasi utama dalam memperkuat *self-efficacy* wirausahawan era digital.

Keterampilan memproses dan menyajikan informasi secara kritis menjadi aspek kognitif literasi digital yang paling dominan dalam memperkuat keyakinan atas kemampuan diri wirausahawan. Pelaku UMKM yang memiliki literasi tinggi mampu menyaring tren pasar dan mengevaluasi strategi kompetitor secara cermat. (Wijana, 2024) menjelaskan bahwa kemampuan pemrosesan informasi secara kritis membentuk *mental model* yang adaptif, sehingga pelaku usaha lebih percaya diri saat mengambil keputusan bisnis yang berisiko. Dengan demikian, aspek pemrosesan kognitif terbukti lebih krusial dibandingkan sekadar penguasaan teknis operasional perangkat digital semata.

Di samping aspek kognitif, keterlibatan aktif dalam jaringan sosial digital (*social networking*) turut berkontribusi membentuk optimisme dan sikap bertanggung jawab wirausahawan. Interaksi dalam komunitas bisnis digital memberikan ruang untuk saling berbagi pengalaman, memperoleh *feedback* konstruktif, serta mendapatkan dukungan psikologis dari sesama wirausahawan. (Aisah & Riharjo, 2025) menemukan bahwa pelaku UMKM di Samarinda yang terintegrasi dalam jaringan digital memiliki cara pandang yang lebih positif terhadap keberlanjutan usahanya. Dukungan jejaring sosial digital ini terbukti mampu meminimalkan kecemasan wirausahawan saat menghadapi ketidakpastian pasar (Ausat et al., 2025; putri et al., 2026; Winarsih, 2025).

Selain itu, rasa nyaman dalam berkomunikasi secara digital (*digital communication comfort*) memperkuat efikasi diri wirausahawan secara bertahap. Pelaku UMKM yang aktif mempromosikan produk dan merespons pelanggan via media sosial memperoleh validasi langsung atas kinerja usahanya (Manullang & Waspada, 2022). Pengalaman interaksi digital yang sukses ini menjadi *mastery experience* yang mengukuhkan kepercayaan diri wirausahawan secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa program pendampingan UMKM di Kota Samarinda tidak boleh hanya terfokus pada pelatihan teknis

branding atau transaksi digital, tetapi juga harus menyentuh dimensi penguatan efikasi diri dan jaringan psikososial digital.

KESIMPULAN

Penguasaan literasi digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepercayaan diri berwirausaha bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Kemampuan mengakses, mengevaluasi, serta mengelola informasi teknologi secara kritis sukses membentuk keyakinan internal wirausahawan dalam mengoperasikan bisnisnya di era ekosistem digital yang kompetitif. Keterampilan pemrosesan kognitif informasi digital dan kenyamanan berkomunikasi melalui jaringan media sosial terbukti secara nyata mendongkrak rasa optimisme, objektivitas, serta tanggung jawab manajerial pelaku usaha. Pengalaman interaksi bisnis digital yang berhasil bertindak sebagai *mastery experience* yang ampuh memperkuat *self-efficacy* psikologis para pemilik modal. Dengan demikian, penguatan kapasitas teknis teknologi informasi secara langsung menjadi determinan utama dalam memperkuat ketahanan mental dan keberanian mengambil keputusan bisnis di daerah berkembang.

Implikasi dari penelitian ini memberikan arahan strategis bagi pemerintah daerah dan instansi pembina untuk merancang program pelatihan UMKM yang memadukan literasi media digital dengan stimulasi penguatan psikologis *entrepreneurial self-efficacy*. Pihak pengelola ekosistem bisnis dituntut untuk menyediakan wadah jejaring sosial digital guna memperkuat dukungan psikososial antarwirausahawan. Namun demikian, karena riset kuantitatif inferensial ini memiliki keterbatasan sampel yang berfokus pada demografi wirausahawan usia muda di satu wilayah perkotaan, temuan yang diperoleh belum memetakan adaptasi teknologi pada kelompok usia senior secara meluas. Oleh sebab itu, penelitian di masa depan disarankan untuk memperluas cakupan sampel pada pelaku usaha lintas generasi, menerapkan pendekatan *mixed methods*, serta mengintegrasikan variabel prediktor tambahan seperti *social support*, modal finansial, dan motivasi intrinsik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimursandi, D., Azis, M., Heksarini, A., & Asnawati, A. (2024). Socialization of digital marketing and fintech literacy for micro & small businesses in Samarinda City. *Journal of Community Service and Society Empowerment*, 2(2), 188–195. <https://doi.org/10.59653/jcsse.v2i02.607>
- Aisah, S., & Riharjo, I. B. (2025). The role of business communities in enhancing the mental resilience of women entrepreneurs in the digital era. *International Conference of Business and Social Sciences*, 1037–1044. <https://doi.org/10.24034/icobuss.v5i1.744>
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi digital competence sebagai strategi adaptasi dinamis wirausahawan dalam menghadapi disrupsi pasar di era digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173–182. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14674>
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/10.1108/EUM000000007083>
- Fajriana, L. A., & Fietroh, M. N. (2023). Dampak literasi digital keyakinan diri dan harapan pendapatan terhadap intensi berwirausaha digital pada UMKM Kecamatan

- Sumbawa. *Advantage: Journal of Management and Business*, 1(1), 33–38. <https://doi.org/10.61971/advantage.v1i1.1>
- Fatonah, F., Haryadi, D., Rasyid, I. A., Soelistio, R. H., Agustadi, M. A., & Aswan, M. A. A. (2026). Kewirausahaan dan inovasi teknologi: Strategi membangun daya saing di era digital. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 6(1), 3712–3717. <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.5868>
- Firmansyah, D., Wahdiniwaty, R., & Budiarti, I. (2023). Entrepreneurial performance model: A business perspective in the digital economy era. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 125–150. <https://doi.org/10.47747/jbme.v4i2.1106>
- Gunawan, I., & Syah, T. Y. R. (2024). Sistematis literatur review dampak kepercayaan diri pada kesuksesan pengusaha. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(4), 1665–1676. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i4.11519>
- Manullang, D. R., & Waspada, I. (2022). Peran self efficacy dalam memoderasi pengaruh digital literacy terhadap entrepreneurial intention. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 118–129. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6797>
- Novianti, A., & Munawaroh, M. (2025). Transformasi digital mengubah lanskap bisnis UMKM di era teknologi. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 3(1), 271–278. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3730>
- Putri, W. H., Novitasari, R., M, A. Q., Saepudin, W., R, M. R., Imanudin, N., & Ayesha, I. (2026). Dukungan sosial, media sosial, dan minat berwirausaha digital: Peran efikasi diri kewirausahaan pada mahasiswa. *Journal of Social and Economics Research*, 7(2), 1762–1779. <https://doi.org/10.54783/jsr.v7i2.1268>
- SM, N. N. F., Sudiarti, S., Setyoningrum, N. G., Syifa, R. H. A., Ardiansyah, & Alam, A. (2025). Pemanfaatan digitalisasi dalam berwirausaha di era industri 4.0 bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(1), 40–46. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i1.1788>
- Soelaiman, L., Keni, K., & Puspitowati, I. (2024). Empowering entrepreneurial intentions: Educational support and self-efficacy in MBKM context. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 23–44. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1760>
- Utomo, W. T., Ardy, P. Y., & Satria, P. H. (2025). *Manajemen UMKM di era digital penerapan teknologi informasi* (Naskah pracetak). Neliti. <https://www.neliti.com/publications/660368/manajemen-umkm-di-era-digital-penerapan-teknologi-informasi>
- Widyaningsih, D., Zusrony, E., & Utomo, H. (2023). Peran digital entrepreneurship mindset: Keputusan adopsi platform digital bagi pelaku bisnis. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 13(2), 162–171. <https://doi.org/10.21456/vol13iss2pp162-171>
- Wijana, M. (2024). Digital literacy training for the MSME community in Citaman Village in using information technology. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 4(1), 69–78. <https://doi.org/10.57152/consen.v4i1.1166>
- Winarsih, S. (2025). Pengalaman wirausaha UMKM di Bekasi dalam menghadapi tantangan ketidakpastian ekonomi: Studi fenomenologi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3000–3005. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2425>