

Transformasi UMKM Menuju Pasar Global: Dampak Literasi Digital dan Efikasi Diri pada Keinginan Ekspor

Alfredo Hiram Johnatan¹⁾

¹⁾Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

Email: alfredohutajulu1004@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan efikasi diri terhadap keinginan ekspor pada pelaku UMKM di Kalimantan Barat. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun kontribusinya terhadap ekspor masih relatif kecil. Rendahnya kinerja ekspor UMKM antara lain disebabkan oleh kurangnya orientasi dan keinginan pelaku UMKM untuk melakukan ekspor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 pelaku UMKM di Kalimantan Barat yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan efikasi diri secara positif dan signifikan memengaruhi keinginan ekspor pelaku UMKM, dengan literasi digital memiliki efek yang sedikit lebih kuat dibandingkan efikasi diri. Model yang diusulkan dapat menjelaskan 62,6% variansi keinginan ekspor. Temuan ini memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan terkait pentingnya upaya peningkatan literasi digital dan efikasi diri untuk mendorong ekspor UMKM. Penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang faktor-faktor yang mendorong internasionalisasi UMKM dan menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor tingkat individu dalam memahami orientasi ekspor UMKM

Kata kunci: literasi digital, efikasi diri, keinginan ekspor, UMKM, Kalimantan Barat

PENDAHULUAN

Kemampuan literasi digital dan efikasi diri di era digitalisasi saat ini merupakan modal penting bagi pelaku usaha termasuk UMKM untuk dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dalam mengembangkan usaha mereka bahkan hingga ke pasar ekspor. Literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menggunakan, dan menciptakan informasi dalam berbagai

konteks dan format digital (Spante dkk, 2018). Sementara efikasi diri merupakan keyakinan individu akan kemampuannya dalam melakukan tugas atau mengatasi situasi tertentu (Bandura, 1997).

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Pada tahun 2018, UMKM menyumbang 61,1% dari total PDB Indonesia dan menyerap 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019). Kontribusi UMKM Indonesia terhadap ekspor masih relatif kecil. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2019) menunjukkan bahwa share ekspor UMKM hanya sekitar 14,4% dari total ekspor Indonesia. Rendahnya kinerja ekspor UMKM Indonesia antara lain disebabkan oleh kurangnya orientasi dan keinginan pelaku UMKM untuk melakukan ekspor. Survei yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan (2019) terhadap 230 UMKM di berbagai provinsi di Indonesia menemukan bahwa hanya 27% responden yang menyatakan berminat untuk ekspor, sedangkan 73% tidak berminat. Hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam melakukan ekspor antara lain adalah keterbatasan informasi pasar dan akses pembiayaan (Revindo dkk., 2019), serta kurangnya pengetahuan dan kemampuan terkait proses ekspor.

Berbagai studi menunjukkan peran penting literasi digital dan efikasi diri dalam mendorong kinerja dan daya saing UKM (Rizal dkk, 2018; Sari & Azra, 2019). Namun masih belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis peran kedua faktor tersebut terhadap keinginan UMKM untuk melakukan ekspor, khususnya di wilayah Kalimantan Barat. Padahal UMKM memiliki peran yang strategis dalam perekonomian Kalimantan Barat, dan upaya mendorong ekspor UMKM di wilayah ini perlu mempertimbangkan faktor internal pelaku usaha seperti literasi digital dan efikasi diri mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan efikasi diri pelaku UMKM di Kalimantan Barat terhadap keinginan mereka untuk melakukan ekspor. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan terkait dalam merumuskan strategi dan kebijakan untuk mendorong ekspor UMKM.

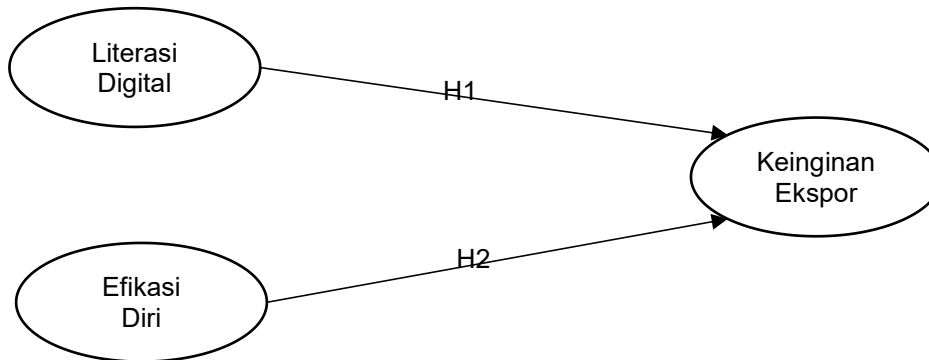
KAJIAN LITERATUR

Literasi digital mencakup beragam kemampuan seperti untuk mencari, mengevaluasi, dan menciptakan informasi menggunakan beragam teknologi digital (Spante, dkk., 2018). Pelaku usaha dengan literasi digital yang baik akan mampu memanfaatkan beragam aplikasi dan platform digital untuk mendukung pengelolaan dan pengembangan usaha (Zaheer dkk, 2019). Efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan individu akan kemampuannya dalam melakukan tugas atau menghadapi situasi tertentu (Bandura, 1997). Dalam konteks kewirausahaan, efikasi diri merupakan keyakinan pengusaha akan kemampuannya dalam menjalankan usaha (Newman, dkk., 2019). Pengusaha dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berani mengambil langkah untuk mengembangkan usaha.

Studi terdahulu telah menunjukkan pengaruh literasi digital dan efikasi diri terhadap niat dan perilaku berwirausaha. Rizal dkk. (2018) dalam penelitiannya terhadap UMKM batik di Yogyakarta menyimpulkan pentingnya literasi digital untuk mendorong daya saing UMKM. Sementara itu, Pihie & Bagheri (2013) menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan merupakan prediktor kuat niat berwirausaha siswa. Efikasi diri juga terbukti mendorong kinerja dan keberhasilan usaha kecil (Hsu dkk., 2017).

Studi-studi tersebut menunjukkan bahwa literasi digital dan efikasi diri merupakan faktor penting yang dapat mendorong orientasi dan perilaku kewirausahaan, termasuk pada UMKM. Dapat disintesis bahwa pelaku usaha yang memiliki kemampuan literasi digital dan tingkat efikasi diri yang baik cenderung akan lebih terdorong untuk mengembangkan usahanya, termasuk dengan melakukan ekspansi ke pasar ekspor. Namun, masih diperlukan penelitian empiris lebih lanjut untuk membuktikan pengaruh kedua faktor tersebut secara spesifik terhadap keinginan berekspor pada UMKM, khususnya di konteks yang lebih spesifik seperti wilayah Kalimantan Barat.

Kerangka konseptual penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di berbagai kabupaten/kota di Kalimantan Barat. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria UMKM yang sudah beroperasi minimal 2 tahun. Jumlah sampel ditentukan dengan mengacu kepada Hair dkk. (2017) yaitu sebanyak 10 x jumlah indikator. Pada penelitian ini, jumlah indikator yang akan diukur sebanyak 15 item, sehingga jumlah sampel sebanyak $10 \times 15 = 150$ responden.

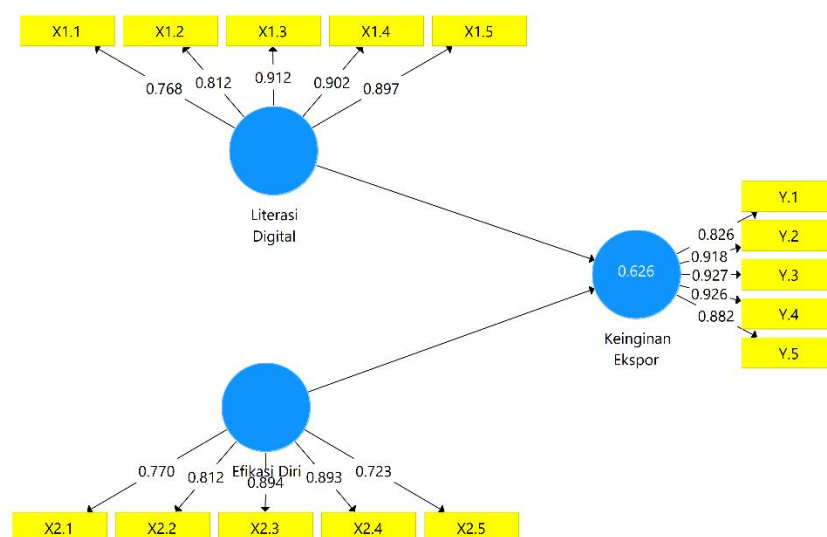
Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner baik secara langsung maupun daring kepada responden. Kuesioner berisi pernyataan terkait variabel literasi digital, efikasi diri, dan keinginan ekspor dengan skala Likert 5 poin. Kisi-kisi instrumen dikembangkan dari teori dan penelitian sebelumnya.

Analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 3. Evaluasi model pengukuran meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Sementara evaluasi model struktural mencakup koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), dan pengujian signifikansi jalur dengan prosedur bootstrapping.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan efikasi diri terhadap keinginan ekspor pada pelaku UMKM di Kalimantan Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria UMKM yang sudah beroperasi minimal 2 tahun. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner terhadap 150 pelaku UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan *software* SmartPLS 3.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 2. Outer Model

Sumber: Olahan data primer, 2024

Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Hasil outer loadings (Tabel 1) menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai loading factor $> 0,7$ yang berarti valid dalam mengukur konstruksya (Hair dkk., 2017).

Tabel 1. Outer Loadings

	Literasi Digital	Efikasi Diri	Keinginan Ekspor
X1.1	0,768		
X1.2	0,812		
X1.3	0,912		
X2.1		0,770	
X2.2		0,812	
X2.3		0,894	
X2.4		0,893	
X2.5		0,723	
Y.1			0,826
Y.2			0,918
Y.3			0,927
Y.4			0,926
Y.5			0,882

	Literasi Digital	Efikasi Diri	Keinginan Ekspor
X1.4	0,902		
X1.5	0,897		
X2.1		0,770	
X2.2		0,812	
X2.3		0,894	
X2.4		0,893	
X2.5		0,723	
Y.1			0,826
Y.2			0,918
Y.3			0,927
Y.4			0,926
Y.5			0,882

Sumber: Olahan data primer, 2024

Reliabilitas dinilai dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*, ρ_A , dan *Composite Reliability*. Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan $\rho_A > 0,7$ serta nilai *Composite Reliability* $> 0,7$ sehingga dapat dikatakan reliabel (Hair dkk., 2017).

Tabel 2. Construct Reliability and Validity

	<i>Cronbach's Alpha</i>	ρ_A	<i>Composite Reliability</i>	AVE
Literasi Digital	0,911	0,917	0,934	0,740
Efikasi Diri	0,878	0,887	0,911	0,675
Keinginan Ekspor	0,939	0,945	0,953	0,804

Validitas konvergen dinilai dari nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE yang disarankan adalah $> 0,5$ (Hair dkk., 2017). Hasil pada Tabel 2 menunjukkan semua konstruk memiliki AVE $> 0,5$ sehingga validitas konvergen terpenuhi.

Validitas diskriminan dinilai menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Pada Tabel 3, nilai akar kuadrat AVE (diagonal) harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk (*off diagonal*) (Fornell & Larcker, 1981). Hasil menunjukkan kriteria tersebut terpenuhi untuk semua konstruk.

Tabel 3. Fornell-Larcker Criterion

	Literasi Digital	Efikasi Diri	Keinginan Ekspor
Literasi Digital	0,860		
Efikasi Diri	0,740	0,821	
Keinginan Ekspor	0,756	0,716	0,897

Pada Tabel 4, nilai HTMT harus $< 0,9$ (Henseler dkk., 2015). Hasil juga menunjukkan semua nilai HTMT $< 0,9$ sehingga validitas diskriminan terkonfirmasi.

Tabel 4. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Literasi Digital	Efikasi Diri
Efikasi Diri	0,828	
Keinginan Ekspor	0,810	0,777

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Kekuatan prediksi model struktural dinilai dari nilai R-square (R^2). Hasil pada Tabel 5 menunjukkan nilai R^2 variabel keinginan ekspor sebesar 0,626. Artinya 62,6% variansi pada keinginan ekspor dapat dijelaskan oleh variabel literasi digital dan efikasi diri, sedangkan 37,4% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

Tabel 5. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keinginan Ekspor	0,626	0,621

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan ekspor ($\beta=0,499$; $p<0,05$). Semakin tinggi tingkat literasi digital pelaku UMKM, semakin tinggi pula keinginan mereka untuk ekspor. Hal ini sejalan dengan penelitian Zaheer at al (2019).

Tabel 6. Path Coefficients

	Original Sample	T-Statistics	P-Values
Literasi Digital -> Keinginan Ekspor	0,499	6,039	0,000
Efikasi Diri -> Keinginan Ekspor	0,347	4,352	0,000

Secara keseluruhan, hasil analisis SEM-PLS dengan 150 sampel pelaku UMKM di Kalimantan Barat mengonfirmasi pengaruh positif literasi digital dan efikasi diri terhadap keinginan ekspor. Model yang diusulkan dapat menjelaskan 62,6% variansi keinginan ekspor. Temuan ini memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan terkait pentingnya upaya peningkatan literasi digital dan efikasi diri untuk mendorong ekspor UMKM.

Efikasi diri juga ditemukan berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan ekspor ($\beta=0,347$; $p<0,05$). Pelaku UMKM dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berkeinginan untuk melakukan ekspor. Temuan ini mendukung hasil studi Pihie & Bagheri (2013) dan Hsu dkk. (2019) terkait peran efikasi diri dalam mendorong niat dan perilaku kewirausahaan.

Hasil analisis memberikan beberapa temuan penting terkait peran literasi digital dan efikasi diri dalam mendorong keinginan ekspor pada pelaku UMKM di Kalimantan Barat. Model struktural menunjukkan bahwa literasi digital dan efikasi diri secara positif dan signifikan memengaruhi keinginan ekspor, dengan literasi digital memiliki efek yang sedikit lebih kuat ($\beta=0,499$) dibandingkan efikasi diri ($\beta=0,347$). Temuan ini menggarisbawahi pentingnya literasi digital sebagai kompetensi kunci bagi pelaku UMKM di era digital saat ini. Literasi digital yang baik memungkinkan pelaku UMKM untuk secara efektif mencari, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi terkait peluang ekspor, tren pasar global, dan praktik bisnis internasional sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan mereka untuk merambah pasar luar negeri. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti peran literasi digital dalam mendorong orientasi kewirausahaan dan internasionalisasi UKM (Nambisan, 2017; Zaheer dkk., 2019).

Literasi digital saja tidak cukup untuk mempengaruhi niat melakukan ekspor pada pelaku UMKM di Kalimantan Barat. Efikasi diri yang mencerminkan keyakinan pelaku UMKM akan kemampuan mereka untuk sukses dalam kegiatan ekspor, juga terbukti sebagai faktor penting. Pelaku UMKM dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang ekspor, lebih gigih dalam menghadapi tantangan, dan lebih berani mengambil risiko - sikap yang sangat penting dalam konteks internasionalisasi (Pihie & Bagheri, 2013). Temuan ini memperluas literatur tentang peran efikasi diri dalam kewirausahaan (Newman dkk., 2019) ke konteks spesifik keinginan ekspor pada UMKM.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan efikasi diri terhadap keinginan ekspor pada pelaku UMKM di Kalimantan Barat. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 pelaku UMKM, penelitian ini menerapkan pemodelan persamaan struktural (SEM-PLS) untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa baik literasi digital maupun efikasi diri secara positif dan signifikan memengaruhi keinginan ekspor pelaku UMKM. Literasi digital, yang mencakup kemampuan untuk secara efektif mencari, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital, terbukti sebagai prediktor yang sedikit lebih kuat dibandingkan efikasi diri. Namun, efikasi diri, yang mencerminkan keyakinan pelaku UMKM akan kemampuan mereka untuk sukses dalam kegiatan ekspor, juga merupakan faktor penting dalam mendorong keinginan ekspor. Temuan ini memberikan kontribusi pada literatur tentang faktor-faktor yang mendorong internasionalisasi UMKM, khususnya dalam konteks ekonomi digital saat ini. Penelitian ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor tingkat individu, seperti kompetensi digital dan keyakinan diri, dalam memahami dan mendorong orientasi ekspor UMKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk fokus pada sampel UMKM di Kalimantan Barat dan desain cross-sectional yang membatasi kemampuan untuk menyimpulkan hubungan kausal. Penelitian selanjutnya dapat memperluas fokus ke konteks geografis lain, mengadopsi pendekatan longitudinal, dan mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang mungkin memoderasi atau memediasi hubungan yang diteliti. Terlepas dari keterbatasan tersebut, penelitian ini menawarkan implikasi praktis yang penting. Bagi pelaku UMKM, temuan ini menekankan perlunya investasi dalam pengembangan literasi digital dan efikasi diri sebagai bagian dari strategi internasionalisasi. Bagi pembuat kebijakan dan lembaga pendukung UMKM, hasil penelitian ini menyoroti pentingnya program dan inisiatif yang bertujuan meningkatkan kompetensi digital dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam konteks ekspor.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk lebih memahami dinamika kompleks yang mendasari internasionalisasi UMKM di era digital. Namun,

penelitian ini memberikan titik awal yang penting dengan menunjukkan peran sentral literasi digital dan efikasi diri dalam membentuk keinginan ekspor pelaku UMKM. Dengan pemahaman dan dukungan yang tepat, UMKM Indonesia dapat secara efektif menavigasi lanskap global yang terus berubah dan meraih sukses dalam ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W.H. Freeman.
- Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). *DigComp 2.1: The digital competence framework for citizens with eight proficiency levels and examples of use*. Publications Office of the European Union.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (2001). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295–316. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(97)00029-3)
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M.-D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). "I know I can, but I don't fit": Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2019). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2017-2018*. Retrieved from <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>

- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385–401. <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Revindo, M. D., Gan, C., & Massie, N. W. G. (2019). Factors affecting propensity to export: The case of Indonesian SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(3), 263-288. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.41022>
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). The role of digital literacy in supporting performance through innovative work behavior: The case of Indonesia's telecommunications industry. *International Journal of Technology*, 9(8), 1558--1566. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v9i8.2742>
- Sari, R. P., & Azra. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi literasi digital dan pengaruhnya terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 21(2), 245--259.
- 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>
- Tambunan, T. (2017). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Ghalia Indonesia.
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 119735.