

## **PENGARUH PENGETAHUAN KOGNITIF, TEKNIKAL, DAN SOSIAL EMOSIONAL TERHADAP PENERAPAN LITERASI DIGITAL PADA UMKM**

*Najwa Alya Zulkifli<sup>1</sup>, Hagia Sofia<sup>2</sup>, Nazwa Syahda Anisa<sup>3</sup>, Meisya Syakira Nursetya<sup>4</sup>, Syti Sarah Maesaroh<sup>5</sup>*

*Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya, Indonesia<sup>1</sup>  
Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya, Indonesia<sup>2</sup>  
Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya, Indonesia<sup>3</sup>  
Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya, Indonesia<sup>4</sup>  
Universitas Pendidikan Indonesia Tasikmalaya, Indonesia<sup>5</sup>*

*E-mail: najwaalyz@upi.edu<sup>1</sup>*

---

**Abstract:** *The primary objective of this research is to analyze the application of technical, social, and emotional knowledge by micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). Gaining a better grasp of these factors is crucial to design effective approaches to enhance digital literacy levels among MSMEs. This will better equip them to tackle the difficulties and seize the opportunities given by the digital age. Statistical information gathered from small and medium-sized enterprises (SMEs) in West Java is utilized in this research. One hundred MSME actors made up the research sample, and the respondents were chosen at random from a pool of 39 questions (X1 ten, X2 ten, X3 nine, and Y1 ten). The data is collected through the use of questionnaires and measures that are rated on a Likert scale from 1 to 5. In order to analyze the data, this study used SPSS version 25.0, which employs multiple linear regression. The results show that among micro, small, and medium-sized businesses (MSMEs), cognitive knowledge has the greatest impact on digital literacy adoption, followed by technical knowledge and social and emotional aspects.*

**Keywords:** *Cognitive; Technical; Social Emotional Knowledge; Application of Digital Literacy*

---

**Abstrak:** Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan pengetahuan teknis, sosial, dan emosional oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini sangat penting untuk merancang pendekatan yang efektif untuk meningkatkan tingkat literasi digital di kalangan UMKM. Hal ini akan membekali mereka dengan lebih baik untuk mengatasi kesulitan dan memanfaatkan peluang yang diberikan oleh era digital. Informasi statistik yang dikumpulkan dari usaha kecil dan menengah (UKM) di Jawa Barat digunakan dalam penelitian ini. Seratus pelaku UMKM menjadi sampel penelitian, dan responden dipilih secara acak dari kumpulan 39 pertanyaan (X1 sepuluh, X2 sepuluh, X3 sembilan, dan Y1 sepuluh). Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner dan pengukuran yang dinilai dengan skala Likert dari 1 sampai 5. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0, yang menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pengetahuan kognitif memiliki dampak terbesar terhadap adopsi literasi digital, diikuti oleh pengetahuan teknis dan aspek sosial dan emosional.

**Kata Kunci:** Pengetahuan Kognitif; Teknikal; Sosial Emosional; Penerapan Literasi Digital

### **PENDAHULUAN**

Bahkan jangkauan internet dan teknologi informasi yang semakin meluas juga berdampak pada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman adalah dengan mengintegrasikan literasi digital ke dalam kegiatan operasional sehari-hari. Karyawan dengan tingkat literasi digital yang tinggi sangat penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bertahan dan bahkan berkembang di era ekonomi digital saat ini. Bagian pemrosesan data, pengembangan produk, dan komunikasi mereka akan mendapatkan manfaat dari hal ini.

Kapasitas untuk memanfaatkan dan mengevaluasi berbagai bentuk kapasitas teknologi dan kognitif didefinisikan sebagai literasi digital (Tahir, Ahmad, Nurjannah, Rijal, dan Hasan, 2021). Selain aspek teknis, sosial-emosional, dan etika, UNESCO mendefinisikan TIK sebagai kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, menciptakan, dan menyebarkan informasi (dalam Siberkreasi, 2021).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) membutuhkan literasi digital untuk bertahan di lingkungan bisnis yang ketat saat ini. Faktor kognitif, teknologi, dan sosio-emosional diidentifikasi sebagai faktor yang memengaruhi literasi digital dalam penelitian ini. Ketiga faktor ini memengaruhi kemahiran seseorang dalam menggunakan teknologi digital. Pada tingkat kognitif, literasi digital mencakup pemahaman dasar-dasar teknologi digital, seperti cara kerja internet, pentingnya keamanan data, dan cara menilai data. Ketika orang memiliki kemampuan kognitif ini, mereka lebih mampu menilai informasi, mengidentifikasi sumber yang dapat dipercaya, dan memanfaatkan alat digital secara efektif.

Kemampuan untuk menggunakan berbagai program komputer hanyalah salah satu komponen dari literasi digital. Memiliki pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana mengubahnya menjadi sesuatu yang dapat membantu UMKM sangatlah penting. Yang kami maksud ketika kami mengatakan bahwa seseorang memiliki kemampuan teknis adalah bahwa mereka dapat menjadi pengguna yang ahli dalam menggunakan berbagai platform, alat, dan aplikasi digital. Jika mereka tidak memiliki keahlian teknis yang diperlukan, para pelaku UMKM mungkin akan kesulitan untuk mengimplementasikannya.

Promosi literasi digital sangat bergantung pada faktor sosio-emosional. Motif, keyakinan diri, dan fleksibilitas menentukan seberapa efektif seseorang mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital. Orang yang percaya diri dan memiliki motivasi lebih mungkin untuk memanfaatkan kesempatan belajar dan mengembangkan kompetensi digital yang berharga.

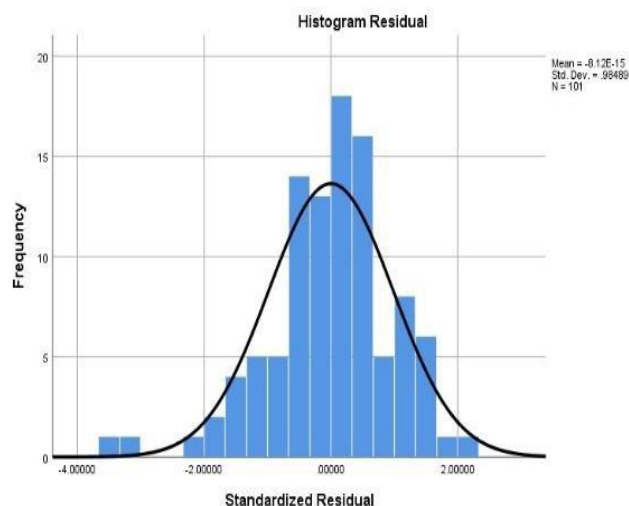
Meneliti pengaruh pengetahuan teknis, sosio-emosional, dan kognitif terhadap praktik literasi digital di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tujuan utama penelitian ini. Untuk menciptakan strategi yang efektif dalam meningkatkan literasi digital, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini. Hanya dengan demikian, UMKM akan lebih siap untuk mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang yang diberikan oleh era digital.

## METODE PENELITIAN

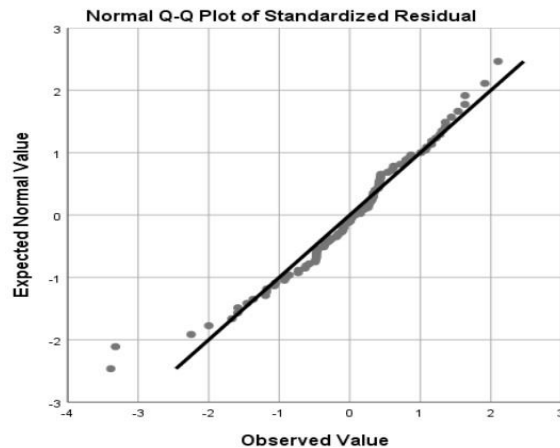
Penelitian dalam studi ini mengandalkan data kuantitatif yang dikumpulkan dari UMKM yang tersebar di seluruh Jawa Barat. Seratus pelaku UMKM dipilih secara acak dari kumpulan 42 pertanyaan (X1 terdiri dari 10 pertanyaan, X2 terdiri dari 10 pertanyaan, X3 terdiri dari 9 pertanyaan, dan Y1 terdiri dari 12 pertanyaan) untuk dianalisis. Data dikumpulkan melalui survei yang dievaluasi dengan menggunakan skala Likert mulai dari 1 sampai 5. Paket statistik SPSS 25.0 dan regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa data penelitian.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Histogram Uji Normalitas



Gambar 2. Normal Probability Plot

Dalam analisis regresi, Q-Q plot dari residual adalah alat grafis yang digunakan untuk menilai apakah residual (error antara nilai yang diamati dan nilai prediksi) mengikuti distribusi normal. Berdasarkan visualisasi di atas, amatan observasi mengikuti garis lurus, sehingga asumsi ini terpenuhi untuk variabel-variabel yang digunakan.

#### Uji Multikolinearitas (Matriks Korelasi)

Tabel 3. Uji Matriks Korelasi

		Literasi Digital	Pengetahuan Kognitif	Pengetahuan Teknikal	Sosial Emosional
Literasi Digital	Pearson Correlation	1	.914	.754	.709
	Sig. (2tailed)		.000	.000	.000
	N	101	101	101	101
Pengetahuan Kognitif	Pearson Correlation	.914	1	.730	.664
	Sig. (2tailed)	.000		.000	.000
	N	101	101	101	101
Pengetahuan Teknikal	Pearson Correlation	.754	.730	1	.857
	Sig. (2tailed)	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101
Sosial Emosional	Pearson Correlation	.709	.664	.857	1
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101
**Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed)					

Hasil output di atas merupakan matriks korelasi yang berguna untuk melihat korelasi antarvariabel, baik dependen maupun independent secara bersamaan. Dari hasil di atas, terlihat bahwa hubungan antara variabel dependen dengan seluruh variabel independent memiliki nilai positif. Selain itu, dari sini juga dapat dipastikan bahwa seluruh variabel independent memiliki korelasi yang besar dengan variabel dependen karena angkanya lebih dari 0,5 (syarat untuk korelasi kuat).

**Uji Multikolinieritas (VIF Value)**

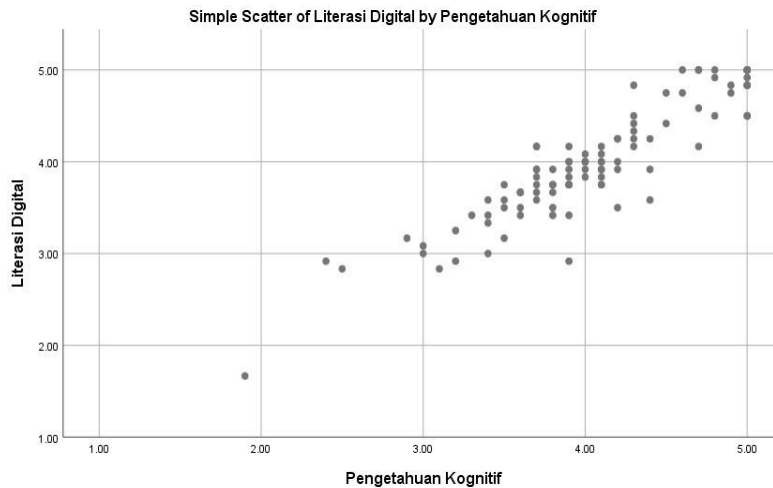
Tabel 4. Uji Multikolinieritas (VIF Value)

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1_TOTAL	,464	2,156
	X2_TOTAL	,422	2,368
	X3_TOTAL	,446	2,244

a. Dependent Variable: Y1\_TOTAL

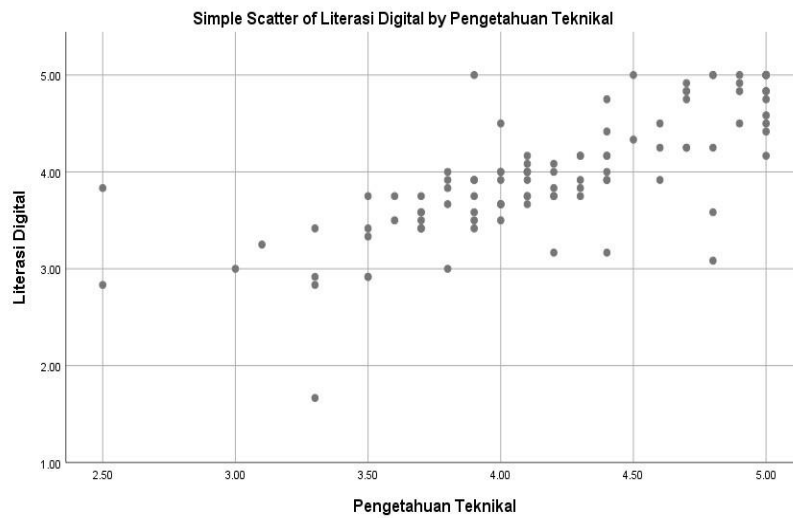
Karena variance inflation factor (VIF) dari ketiga variabel tersebut kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen dalam model regresi tidak menunjukkan adanya multikolinieritas, berdasarkan hasil uji multikolinieritas.

**Uji Homogenitas**



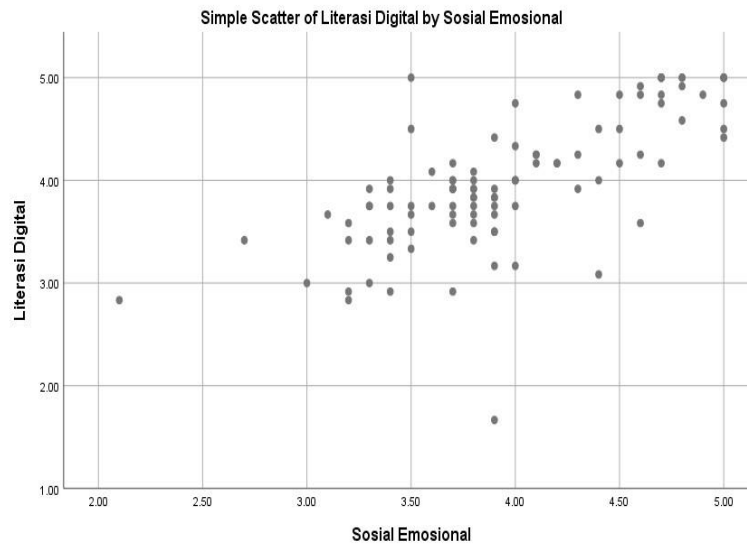
Gambar 3. Uji Homogenitas Pengetahuan Kognitif

Asumsi pada regresi linear selanjutnya adalah homoskedastisitas, yang berarti varian error (residual) tetap konstan di setiap variabel X. Dari output scatterplot residual tersebut, terlihat bahwa titik-titik pada Berdasarkan output di atas, terlihat bahwa Pengetahuan Kognitif memiliki korelasi positif terhadap Literasi Digital. Hal ini didasari pada scatter plot yang bergerak dari kiri bawah ke kanan atas. Selain itu, dapat terlihat juga keduanya memiliki korelasi yang kuat karena slope (kemiringan) cukup signifikan.



Gambar 4. Uji Homogenitas Pengetahuan Teknikal

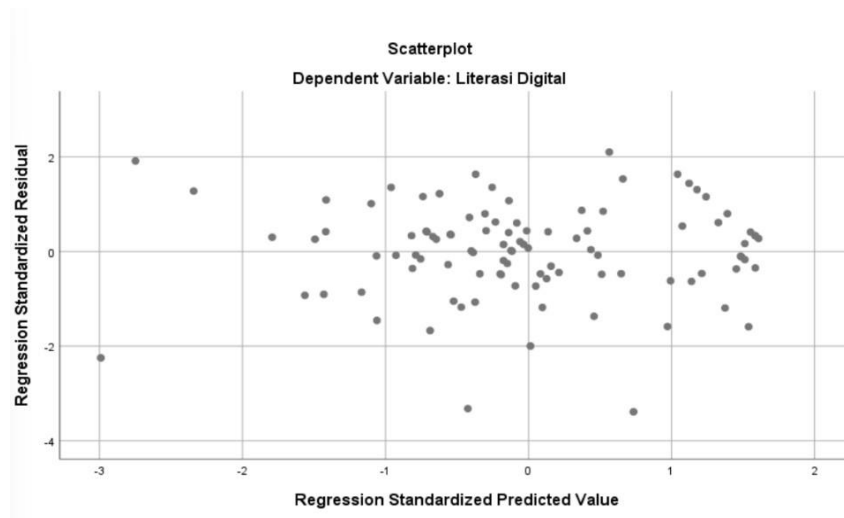
Hasil visualisasi scatter plot di atas merupakan gambaran hubungan antara Pengetahuan Teknikal dan Literasi Digital, dimana ditunjukkan bahwa Pengetahuan Teknikal memiliki korelasi positif yang artinya hubungan antara keduanya adalah searah atau dengan kata lain, ketika Pengetahuan Teknikal UMKM meningkat, maka akan diikuti juga dengan peningkatan Literasi Digitalnya.



Gambar 5. Uji Homogenitas Sosial Emosional

Pada output tersebut, menampilkan hubungan antara Sosial Emosional dengan Literasi Digital UMKM. Sama seperti pada variabel-variabel independen sebelumnya, hubungan antara Sosial Emosional dengan Literasi Digital juga memiliki nilai positif yang ditandai dengan kecenderungan arah scatter plot yang naik dari kiri ke kanan.

**Uji Homoskedastisitas**



Gambar 6. Uji Homoskedastisitas

Asumsi pada regresi linear selanjutnya adalah homoskedastisitas, yang berarti varian error (residual) tetap konstan di setiap variabel X. Dari output scatterplot residual tersebut, terlihat bahwa titik-titik pada scatter plot terlihat acak dan tidak membentuk pola apapun, hal ini mengindikasikan bahwa asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

**Uji T**

Tabel 5. Uji T

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,005	,224		-,243	,808
	X1_TOTAL	,693	,067	,682	10,377	,000
	X2_TOTAL	,168	,078	,147	2,140	,035
	X3_TOTAL	,141	,066	,144	2,146	,034

a. Dependent Variable: Y1\_TOTAL

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengetahuan kognitif yang ada memengaruhi praktik literasi digital
- Hasil pengolahan data ditunjukkan pada tabel di atas. Nilai thitung sebesar 10,377 dan ttabel sebesar 1,986. Karena thitung > ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kognitif berpengaruh terhadap penerapan literasi digital di UMKM. Tingkat signifikansi variabel pengetahuan kognitif adalah 0,000 yang lebih besar dari nilai signifikan 0,05.
- Dampak teknologi terhadap penerapan literasi digital secara praktis Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel teknis memiliki dampak terhadap penerapan literasi digital pada UMKM, karena nilai thitung sebesar 2,140 dan ttabel sebesar 1,986 yang menunjukkan bahwa thitung lebih kecil dari ttabel. Selain itu, tingkat signifikansi variabel teknis adalah 0,035, yang lebih kecil dari nilai signifikan 0,05.
- Literasi digital dan dampaknya terhadap faktor sosial dan emosional Hasil pengolahan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa thitung sebesar 2,146 dan ttabel sebesar 1,986, yang menunjukkan bahwa thitung lebih kecil dari ttabel. Dapat disimpulkan bahwa variabel sosial emosional memiliki pengaruh terhadap penerapan literasi digital pada UMKM karena tingkat signifikansi sebesar 0,034 berada di bawah nilai signifikan 0,05.

**Uji F**

Tabel 6. Uji F

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,769	3	12,256	133,966	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8,874	97	,091		
	Total	45,644	100			
a. Dependent Variable: Y1_TOTAL						
b. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X2_TOTAL, X1_TOTAL						

Berdasarkan uji F pada Tabel diatas didapat nilai F sebesar 133,966 dengan p-value sebesar 0,000. Karena F lebih besar dari F (133,966 > 2.698) maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kognitif, teknikal dan sosial emosional secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap penerapan literasi digital pada UMKM.

**Koefisien Determinasi**

Tabel 7. Uji Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 <sup>a</sup>	,806	,800	,30247
a. Predictors: (Constant), X3_TOTAL, X1_TOTAL, X2_TOTAL				
b. Dependent Variable: Y1_TOTAL				

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen dan dependen. Koefisien determinasi sebesar 0,806, atau 80,6%, atau yang biasa disebut dengan R Square. Dengan demikian, variabel independen-pengetahuan kognitif, teknis, dan sosio-emosional-memberikan 80,6% data yang dibutuhkan untuk meramalkan variasi variabel dependen (penerapan literasi digital di UMKM). Sekitar 20,4% lainnta dijelaskan oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh pengetahuan kognitif terhadap penerapan literasi digital.**

Hasil pengolahan data ditampilkan dalam tabel di atas. Nilai thitung sebesar 10,377 dan ttabel sebesar 1,986 disajikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kognitif berpengaruh terhadap penggunaan literasi digital pada UMKM, karena thitung > ttabel. Variabel pengetahuan kognitif memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, lebih tinggi dari ambang batas 0,05.

Dari sudut pandang sosial-kognitif, orang dianggap proaktif dan mampu mengatur sendiri sikap dan perilaku mereka dalam menanggapi pengaruh lingkungan yang sangat sedikit yang tidak dapat diprediksi dan dikendalikan. Selain itu, manusia dianggap sebagai pemikir independen yang mungkin dapat mengarahkan aktivitas dan perilaku mereka sendiri untuk mencapai tujuan mereka sendiri. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan kognitif memengaruhi penggunaan literasi digital di UMKM (RupeikaApoga & Petrovska, 2022; Shetty et al., 2022; Magd & Jonathan, 2022).

**Bagaimana faktor teknologi berdampak pada program literasi digital**

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel teknis memiliki dampak pada penerapan literasi digital di UMKM, karena nilai thitung sebesar 2,140 dan ttabel sebesar 1,986 yang menunjukkan bahwa thitung lebih kecil dari ttabel. Selain itu, tingkat signifikansi variabel teknis adalah 0,035, yang lebih kecil dari nilai signifikan 0,05. Untuk dapat bertahan di era teknologi yang mengganggu dan persaingan yang ketat ini, UMKM telah menyadari pentingnya digitalisasi. Setiap usaha mikro, kecil, atau menengah (UMKM) harus menyesuaikan strategi digitalisasinya dengan keadaannya yang unik, meskipun ada banyak

pendekatan yang dapat dilakukan. Seiring dengan semakin banyaknya orang yang menyadari betapa pentingnya transformasi digital bagi bisnis, jumlah penelitian tentang digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin meningkat. Semakin banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di semua industri dan ukuran menyadari bahwa digitalisasi sangat penting untuk kesuksesan mereka di zaman modern. Namun, digitalisasi bukanlah hal yang mudah bagi UMKM.

#### **Dampak faktor sosial dan emosional terhadap implementasi literasi digital.**

Hasil pengolahan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa thitung sebesar 2,146 dan ttabel sebesar 1,986, yang menunjukkan bahwa thitung lebih kecil dari ttabel. Dapat disimpulkan bahwa variabel sosio-emosional memiliki pengaruh terhadap penerapan literasi digital pada UMKM karena tingkat signifikansi sebesar 0,034 berada di bawah nilai signifikan 0,05. Salah satu komponen penting dalam digitalisasi UMKM adalah digitalisasi.

Ketika dihadapkan pada tantangan zaman modern yang penuh dengan disrupsi, digitalisasi UMKM merupakan strategi yang krusial. Motif usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk beralih ke digital antara lain untuk memenuhi permintaan konsumen, menjadi yang terdepan dalam persaingan, meningkatkan produk dan layanan, memberikan nilai lebih, dan memanfaatkan data dengan lebih baik. Penelitian tentang topik digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sedang meningkat, dan menggali berbagai aspek yang memengaruhi digitalisasi serta taktik yang digunakan dan kemampuan yang diperlukan untuk mengelolanya. Proses bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) sangat dipengaruhi oleh masing-masing elemen ini. Cueto dkk. (2022) dan Eze dkk. (2021).

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh pengetahuan kognitif terhadap penerapan literasi digital pada UMKM.
2. Terdapat pengaruh teknikal terhadap penerapan literasi digital pada UMKM.
3. Terdapat pengaruh sosial emosional terhadap penerapan literasi digital pada UMKM.

#### **SARAN**

Untuk mengembangkan penelitian ini, para peneliti menawarkan rekomendasi untuk studi tambahan berdasarkan literatur yang ada. Di mana 20,4% tersisa setelah disesuaikan dengan koefisien determinasi, yang tidak dipertimbangkan dalam analisis ini. Oleh karena itu, para peneliti di masa depan dapat memasukkan faktor-faktor lain yang memengaruhi penggunaan literasi digital, khususnya di UMKM.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdi, R., Suharti, L., Usmanij, P., & Ratten, V. (2022). The MSMEs Digital Readiness in Indonesia: A Test of Moderating Effect of Intrinsic Motivation and ICT Knowledge. *Strategic Entrepreneurial Ecosystems and Business Model Innovation*, 155–180.
- Agarwal, A., & Ojha, R. (2022). Prioritising the determinants of Industry-4.0 for implementation in MSME in the post-pandemic period – a quality function deployment analysis. *TQM Journal*.
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1).
- Eze, S. C., Chinedu-Eze, V. C., Awa, H. O., & Alharthi, R. H. E. (2021). Factors stimulating value microbusinesses attribute to digital marketing technology (DMT) adoption. *PLoS ONE*, 16(12 December).
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*, 11(1), 104-119.
- Husniyah, N., Ramadansyah, E., Pertiwi, H., Tamara, A. F., Purwaamijaya, B. M., & Nuryadin, A. (2023). Analisis Tingkat Literasi Digital UMKM di Jawa Barat. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 845-868.



- Magd, H., & Jonathan, H. (2022). Digitalization - An Emerging Business Trend for Sustainable Transformation of SMEs Sectors: A Proposed Model for Survival and Sustainability in Uncertainties. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 14(2), 51-65.
- Mulyani, N. (2017). Upaya Meningkatkan Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 3(1), 133-147. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v3i1.1013>
- Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro, Small-, and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20).
- Shetty, S. K., Spulbar, C., Birau, R., & Ninulescu, V. (2022). Assessing the impact of digitalization on Micro, Small and Medium Enterprises in India. *Revista de Științe Politice. Revue Des Sciences Politiques*, 75, 101-115.
- Joseph O. Rentz, C. D. (2002). A measure of selling skill: Scale development and validation. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 13-21.