

ANALISIS LITERASI DIGITAL, DUKUNGAN MODAL USAHA DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP KEMUDAHAN BERBISNIS SECARA DIGITAL

(Studi Kasus UMKM Penyandang Disabilitas di DKI Jakarta)

Nindi Aulia Putri¹, Sri Indah Nikensari², Karuniana Dianta Arfiando Sebayang³

Universitas Negeri Jakarta
nindiauliap2810@gmail.com

Abstract: Most of the activities in Indonesia are dominated by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSME actors must also keep up with the times in order to be able to compete in the market, not for MSME actors with disabilities. The Indonesian Ministry of Health's Data and Information Center in 2018 noted that 19.8% of people with disabilities were conducting business activities. One of the ways the DKI Jakarta Provincial Government provides services is by implementing DKI Jakarta Provincial Government Regulation Number 10 of 2011 concerning Protection of Persons with Disabilities. The presence of the marketplace and social media is an efficient choice and opportunity for MSME actors with disabilities to develop their businesses. To make MSMEs go up in class, strategies related to the ease of doing business digitally are needed, namely digital literacy, business capital support, and self-confidence. In this study, the procedure used is quantitative using primary data. The population in this study are MSME actors with disabilities in DKI Jakarta and have attended training as many as 33 people at the Penembus Batas Foundation, so the researchers used total sampling. The data analysis technique used is path analysis using SPSS application support. The results of the study show that digital literacy, business capital support, and self-confidence have a significant effect on the ease of doing business digitally. Meanwhile, digital literacy and business capital support affect self-confidence. In addition, self-confidence can be an intervention variable between digital literacy and business capital support for the ease of doing business digitally. For the next researcher, it is hoped that they will explore other aspects that can facilitate digital business for MSME actors who are disabled.

Keywords: MSMEs with Disabilities, Ease of Doing Business Digitally, Digital Literacy, Business Capital Support, Self-Confidence

Abstrak: Sebagian besar aktivitas usaha di Indonesia didominasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM juga harus mengikuti perkembangan zaman agar mampu bersaing di pasar, tidak terkecuali bagi pelaku UMKM disabilitas. Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI pada tahun 2018 mencatat bahwa 19,8% penyandang disabilitas melakukan kegiatan usaha. Salah satu cara Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam memberikan pelayanan yaitu dengan menerapkan Peraturan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perlindungan Penyandang Disabilitas. Kehadiran marketplace

dan media sosial menjadi pilihan yang efisien dan kesempatan bagi pelaku UMKM disabilitas untuk mengembangkan usahanya. Untuk menjadikan UMKM naik kelas, dibutuhkan strategi yang berhubungan dengan kemudahan berbisnis secara digital yaitu literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri. Dalam studi ini, prosedur yang digunakan ialah kuantitatif dengan memakai data primer. Populasi pada studi ini merupakan pelaku UMKM disabilitas di DKI Jakarta dan pernah mengikuti pelatihan di Yayasan Menembus Batas, sebanyak 33 orang, sehingga peneliti menggunakan total sampling. Teknik analisis data yang digunakan merupakan path analysis dengan memakai dukungan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ditemukan bahwa literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri berpengaruh secara signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Adapun literasi digital dan dukungan modal usaha berpengaruh terhadap kepercayaan diri. Selain itu kepercayaan diri dapat menjadi variabel intervening antara literasi digital dan dukungan modal usaha terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Untuk peneliti berikutnya diharapkan untuk lebih menggali aspek lain yang bisa mempengaruhi kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas.

Kata kunci: *Pelaku UMKM Disabilitas, Kemudahan Berbisnis secara Digital, Literasi Digital, Dukungan Modal Usaha, Kepercayaan Diri*

PENDAHULUAN

Penyandang disabilitas dalam pengertian Undang-Undang No. 8 Tahun 2016 merupakan suatu individu yang memiliki keterbatasan baik secara fisik, mental, intelektual, maupun sensorik dengan mengalami kesulitan dalam berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya sesuai dengan hak yang sama. Pusat Informasi dan Data Kementerian Kesehatan RI (2019) melakukan pendataan pada penyandang disabilitas dengan Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2007, 2013 serta 2018. Instrumen yang memenuhi kriteria berusia kisaran 18- 59 tahun diadaptasi dari *World Health Organization Disability Assessment Schedule 2. 0* (WHODAS 2. 0). Dari bidang pekerjaan, ditemukan bahwa terdapat 19,8% penyandang disabilitas dengan rentang umur 18-59 tahun yang melakukan kegiatan usaha. Dari data tersebut menunjukkan bahwa beberapa dari mereka harus berjuang karena keterbatasan akses. Masih banyak stigma yang menghalangi kelompok penyandang disabilitas untuk mengakses sumber daya yang ada. Meski demikian, Indonesia telah memperdalam pemahamannya tentang hak-hak penyandang disabilitas dengan memberlakukan Undang-Undang No. 8 Tahun 2016, menyusul ratifikasi *Convention on the Rights of Persons with Disabilities* (CRPD) dengan Undang-Undang No.19 Tahun 2011. Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2017) memberitahukan jika Undang-Undang telah mewajibkan keterlibatan penyandang disabilitas dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk aktivitas ekonomi. Salah satu cara pemerintah provinsi DKI Jakarta dalam memenuhi kewajibannya untuk memberikan pelayanan dan melindungi warganya adalah dengan menciptakan peluang bagi penyandang disabilitas di bidang usaha. Dengan tertuang pada Peraturan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perlindungan Penyandang Disabilitas. Pasal 32 menyatakan bahwa kesempatan yang sama bagi penyandang disabilitas yang memiliki keterampilan dan keahlian untuk menjalankan usaha sendiri atau kelompok usaha bersama yang dijamin oleh pemerintah daerah, badan hukum serta pelaku usaha. Kemudian dalam pasal 33 disebutkan bahwa melalui pemerintah daerah, badan hukum atau badan usaha memberi dukungan kepada pelaku usaha disabilitas dengan berbagai macam bantuan baik sektor modal, sarana, izin usaha dengan melakukan kegiatan usahanya sendiri, promosi dan dukungan kelembagaan.

Aktivitas usaha di Indonesia didominasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Wahyuni (2005) dalam Riawan & Kusnawan (2018) perihal ini dikarenakan oleh beberapa aspek, yakni: 1) UMKM sanggup bertahan dikala krisis ekonomi menyerang bangsa Indonesia, 2) sektor UMKM bisa disebut potensial untuk menyerap tenaga kerja karena jumlahnya tersebar di berbagai daerah, 3) sektor UMKM berfungsi penting

dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Walaupun demikian, para pelaku UMKM juga wajib mengikuti pertumbuhan zaman agar dapat bersaing di pasar. As'ad Sonief, dkk (2019) mengatakan bahwa UMKM harus membiasakan diri dengan keberadaan digital mengenakan media internet. Langkah yang diambil pemerintah dalam menambah kemudahan berbisnis (*easy of doing bussiness*) di Indonesia melalui digitalisasi UMKM. Akses untuk menjalankan usaha secara digital selayaknya menunjang bagi seluruh masyarakat, termasuk pelaku UMKM disabilitas. Bersumber pada data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2016 kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) bertambah dari 57, 84% jadi 60, 34% dalam lima tahun terakhir. Dengan kontribusi UMKM yang signifikan, pemerintah mendorong digitalisasi untuk lebih memperluas pasar bagi pelaku UMKM. Kedatangan *e-commerce*, media sosial, dan pembayaran elektronik jadi opsi yang efektif serta peluang untuk pelaku UMKM disabilitas untuk meningkatkan usahanya sehingga tidak hanya tercapai ekosistem ekonomi yang maju, tetapi juga inklusif. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam Amelia, dkk (2018) sebanyak 3,79 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) disaat ini telah menjual produknya memakai platform online. Untuk menjadikan UMKM dapat beradaptasi dengan era digital, dibutuhkan strategi, salah satunya adalah kemampuan literasi digital. Berdasarkan data survei *National Digital Literacy Index* dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020) yang dilakukan di 34 provinsi di Indonesia, literasi digital penduduk Indonesia masih berada pada level sedang. Survei dari Badan Pusat Statistik (2018) juga mendeteksi di antara tiga sub- ndeks dari Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK), yakni akses dan infrastruktur, intensitas pemakaian, serta keahlian. Sub-indeks keahlian mempunyai skor sangat rendah. Perihal ini menunjukkan jika sebagian besar masyarakat, khususnya pelaku UMKM belum mempunyai keahlian digital. Walaupun pasar digital terus menjadi berkembang, transaksi digital belum dapat berkembang maksimal karena terhambat oleh rendahnya literasi dunia digital yang dimiliki oleh sumber daya manusia.

Hasil penelitian dari Rvspk et al. (2020) menyatakan bahwa literasi digital sangat mempengaruhi minimalisasi ketidakpastian bisnis dan dengan demikian meningkatkan kinerja ekonomi usaha kecil di Sri Lanka. Selanjutnya, studi ini sangat merekomendasikan usaha kecil untuk memperkuat teknologi digital yang memainkan peran dominan untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi. Sedangkan Luthfia, dkk (2021) mengemukakan literasi digital memiliki pengaruh yang lebih besar pada peluang *online* daripada risiko *online*. Saat masyarakat menghabiskan lebih banyak waktu *online*, mereka menjadi lebih melek digital, yang memungkinkan mereka mendapatkan lebih banyak manfaat dari teknologi baru. Namun, mereka yang memiliki literasi digital lebih tinggi tidak menemukan jalan untuk menghindari risiko sambil mencari peluang. Oleh karena itu, Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah untuk meningkatkan keterampilan digital sebagai bagian dari literasi digital secara merata, termasuk untuk mencapai kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas. Tidak hanya literasi digital, ada aspek lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melaksanakan usahanya di era digital, yakni terbatasnya modal usaha. Bagi pelaku UMKM, modal merupakan motor penggerak kegiatan dan operasional perusahaan, serta untuk membeli persediaan baik berupa bahan baku maupun barang untuk dijual. Rudianto, dkk (2021) menyebutkan permasalahan permodalan usaha kerap kali jadi hambatan dalam memulai suatu usaha, termasuk upaya pengembangannya. Untuk mendukung kelangsungan usaha, Arrizal & Sofyantoro (2020) menyatakan bahwa digitalisasi perlu dilakukan pada pelaku UMKM agar dapat mencapai keuntungan yang maksimal dan dapat menjalankan usahanya sesuai dengan yang diharapkan. Seperti yang dikatakan Prasanna et al. (2019) bahwa digitalisasi menggambarkan salah satu langkah yang diterapkan untuk mengurangi hambatan dalam aktivitas ekonomi karena menyokong meningkatkan produktivitas serta efisiensi faktor- faktor produksi, salah satunya dukungan modal usaha yang menjadi variabel dalam penelitian ini. Upaya pemerintah dalam merealisasikan kemudahan berbisnis juga dikaji oleh Sinaga (2017) dan ditemukan bahwa Undang-Undang Penanaman Modal dianggap mendukung kemudahan berbisnis di Indonesia. Disamping rendahnya tingkat literasi digital dan minimnya modal usaha, ada faktor lain yang dihadapi pelaku UMKM khususnya penyandang disabilitas saat berbisnis di era digital, yaitu kepercayaan diri. Seperti yang diuraikan dalam penelitian Kamil (2021) bahwa kepercayaan diri merupakan bagian penting dalam diri pelaku usaha. Hal ini karena kepercayaan diri berfungsi untuk mendorong dan memotivasi individu untuk merespon dengan tepat tantangan dan peluang yang datang kepada pelaku usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugandini et al. (2018) dan Nathasia & Rodhiah (2020) menyatakan bahwa kepercayaan diri mempengaruhi secara positif terhadap intensi berwirausaha. Perbandingan tingkatan percaya diri yang

dimiliki pelaku usaha juga mempengaruhi kemudahan dalam berbisnis secara digital. Pelaku usaha yang mempunyai percaya diri yang tinggi akan memperoleh kemudahan dalam melaksanakan usahanya di era digital karena senantiasa berpikiran positif dan yakin terhadap keahlian diri sendiri, begitu pula sebaliknya. Perihal ini sejalan dengan arahan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan untuk membagikan akses dukungan untuk pelaku UMKM penyandang disabilitas kepada pemangku kepentingan industri. Salah satu kesempatan yang ada untuk pelaku UMKM yakni proses transisi masyarakat mengarah era digital atau digitalisasi, karena kegiatan jual beli disaat ini tidak terbatas pada komunikasi individu antara penjual serta pembeli, namun bisa dilakukan sepenuhnya secara digital.

Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan, permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu perlunya kajian literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas di Provinsi DKI Jakarta serta upaya pendampingan mereka dalam mewujudkan kemudahan berbisnis secara digital. Tujuan dari penelitian ini antara lain: 1) untuk mengetahui pengaruh antara Literasi Digital terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital, 2) untuk mengetahui pengaruh antara Kepercayaan Diri terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital, 3) untuk mengetahui pengaruh antara Dukungan Modal Usaha terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital, 4) untuk mengetahui pengaruh antara Literasi Digital terhadap Kepercayaan Diri, 5) untuk mengetahui pengaruh antara Dukungan Modal Usaha terhadap Kepercayaan Diri, 6) untuk mengetahui pengaruh antara Literasi Digital terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri. 7) untuk mengetahui pengaruh antara Dukungan Modal Usaha terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teori New Media

Bordenstreng dan Varis (Bungin, 2009: 108) menggambarkan mengenai teknologi informasi dan komunikasi pada empat poin utama selama sejarah komunikasi manusia, yaitu:

- a. Penemuan bahasa menjadi media berinteraksi yang dilakukan oleh manusia paling canggih;
- b. Perkembangan seni menulis dan perkembangan bicara manusia dengan bantuan bahasa;
- c. Pengembangan kemampuan untuk mereproduksi beberapa kata dengan tertuliskan pada sebuah alat dengan bernama printer, dengan menjadikan kemungkinan mewujudkan komunikasi massa yang nyata
- d. Keberadaan komunikasi elektronik diawali dengan adanya televisi satelit, radio, telepon, telegraf.

Straubhaar & La Rose (Nasrullah, 2016:13) menyatakan terjadinya terjadi berubahnya terminologi mengenai media terkait berkembangnya teknologi, cakupan wilayah, produksi massal, distribusi massa, hingga ketidaksamaan efek. Terdapat dua buah sudut pandang mengenai ketidaksamaan antara era media pertama dan kedua yang terjadi pada penyiaran yang ditekankan pada era pertama dan ditekankan pada jaringan pada era kedua. Perbedaan kedua pandangan yang terjadi sebagai pendekatan integrasi dan interaksi sosial. Interaksi sosial sebagai pandangan ketidaksamaan media berdasarkan kedekatan pemodelan dalam berinteraksi dengan secara langsung. Model penyebaran informasi dengan penyiaran dengan lebih tua menjadikan informasi yang disebarkan menekan pada kesempatan untuk berinteraksi. Media sebagai sarana menyebarkan informasi dan yang disebabkan adanya mediasi konsumen dengan berbagai realitas. Berbeda dengan media baru dengan lebih berinteraktif dan menjadikan komunikasi pribadi dengan pemahaman yang lebih mudah.

Gambaran pendekatan integrasi sosial sebagai media dengan bentuk ditual dengan menciptakan respon masyarakat dalam penggunaan media komunikasi dan dalam bentuk distribusi, interaksi ataupun informasi. Littlejohn & Foss, 2009: 413 – 414 menyatakan dimana media tidak sebagai sarana informasi guna memenuhi kebutuhan pribadi, namun juga menjadikan dunia semakin dekat dengan bersosialisasi dan bermasyarakat untuk

melakukan hubungan interaksi dengan cara yang lebih cepat dan gampang. Liliweri (2015: 284) mendefinisikan media baru dengan sebuah konsep menggambarkan kemampuan media yang didukung oleh perangkat digital untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja dan memberikan kesempatan kepada pengguna untuk secara aktif, interaktif, dan kreatif berbagi tanggapan dalam menanggapi pesan dengan terbentuknya berbagai komunitas atau organisasi baru dengan berbagai konten media. Sebagai media baru dengan adanya internet dikembangkan dengan berbagai aktifitas yang dapat memanfaatkannya dengan berupa kewirausahaan digital, yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas.

Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi (IDT) dikemukakan oleh Rogers (1985: 13) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi ditransmisikan dari waktu ke waktu melalui saluran tertentu di antara anggota sistem sosial. Rogers (1995: 17) menyatakan bahwa ada lima faktor yang memengaruhi adopsi suatu inovasi. Kelima faktor tersebut diantaranya sebagai berikut.

a. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Rogers (2003) mendefinisikan keunggulan relatif sebagai tingkat di mana suatu inovasi dianggap lebih baik daripada ide yang digantikannya. Aspek motivasi biaya dan status sosial dari inovasi merupakan elemen keunggulan relatif. Karena penelitian ini berfokus pada kemampuan literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri pada pelaku UMKM disabilitas di DKI Jakarta, maka keunggulan relatif dikonseptualisasikan sebagai UMKM yang merasakan manfaat ekonomi yang terkait dengan inovasi, yang diharapkan dapat memengaruhi kemudahan berbisnis secara digital melalui keputusan adopsi inovasi.

b. *Compatibility* (Kesesuaian)

Dalam beberapa penelitian, keuntungan dan kompatibilitas relatif dipandang serupa, meskipun secara konseptual berbeda. Rogers (2003) menyatakan bahwa kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai atau norma yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi potensial, dalam hal ini pelaku usaha. Jika suatu inovasi sesuai dengan kebutuhan, maka ketidakpastian akan berkurang dan tingkat adopsi inovasi akan meningkat. Oleh karena itu, UMKM berfokus pada penyelarasan antara inovasi dan realisasi yang ada (Duckworth, 2014). UMKM lebih mungkin untuk mengadopsi suatu inovasi jika sejalan dengan daya serap pelaku usaha, yang mewakili keterampilan dan pengetahuan untuk keberhasilan adopsi (Tan dkk., 2009).

c. *Complexity* (Kompleksitas)

Rogers (2003) mendefinisikan kompleksitas sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan. Dengan demikian, kompleksitas yang berlebihan dari suatu inovasi merupakan kendala penting dalam adopsi. Jika perangkat keras dan perangkat lunak mudah digunakan, maka mereka berhasil diadopsi untuk kegiatan usaha (Mamun, 2018).

d. *Trialability* (Trialabilitas)

Menurut Rogers (2003), *trialability* mengacu pada sejauh mana inovasi dapat dicoba dengan dasar yang terbatas. Artinya, semakin banyak inovasi dicoba, semakin cepat adopsinya. Ketika sebuah inovasi dapat dicoba, ini merupakan peluang bagi UMKM untuk mengamati hasil adopsi potensial, yang diharapkan memiliki efek positif pada adopsi inovasi (Duckworth, 2014). Studi sebelumnya telah menuturkan bahwa UMKM lebih mungkin untuk mengadopsi ketika mereka dapat mendesain ulang inovasi berdasarkan pengamatan dari hasil awal, yang pada akhirnya mengurangi tingkat ketidakpastian bagi UMKM yang mengadopsi (Ramiah, 2009).

e. *Observability* (Observabilitas)

Ciri terakhir dari inovasi adalah *observability*. Rogers (2003) mendefinisikan observabilitas sebagai sejauh mana hasil inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Pemodelan peran adalah faktor motivasi utama dalam adopsi dan difusi teknologi (Parisot, 1997). Serupa dengan *relative advantage, compatibility, dan trialability, observability* juga berkorelasi positif dengan tingkat adopsi suatu inovasi.

Teori Kognitif Sosial

Bandura menguraikan pandangan fungsi manusia dalam publikasi *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Dia mengadaptasi peranan sentral dari aktifitas kognitif, pengalaman diri dan refleksi diri saat beradaptasi dan berubahnya proses manusia. Dalam perspektif sosial-kognitif, manusia dianggap memiliki kemampuan untuk proaktif dan pengaturan terhadap sikap dan perbuatan yang dilakukannya dengan terbatas sebagai reaktif dan dikendali faktor eksternal. Tidak hanya begitu, manusia dianggap dan dipandang mempunyai keyakinan mereka sendiri dengan kemungkinann mereka dapat melakukan kontrol atas tingkah laku dan perbuatan sesuai dengan keinginannya untuk mencapai tujuannya masing-masing. Bandura (1977) menunjukkan bahwa individu mampu menciptakan dan pengembangan persepsi diri tentang kemampuannya yang berperan dalam pencapaian sasaran mereka dan telah melakukan kontrol atas lingkungan mereka (Frank & Schunk, 2001).

Teori kognitif sosial melibatkan faktor-faktor penentu fungsi manusia, memungkinkannya bertindak sebagai upaya yang diarahkan pada faktor-faktor pribadi, lingkungan, dan perilaku. Kepercayaan diri didasarkan pada *self-efficacy* Bandura (1977) dan perannya dalam Teori Kognitif Sosial (Bandura, 1986). *Self-efficacy* didefinisikan sebagai anggapan dari seseorang yang mempunyai kemampuan dalam menyelesaikan berbagai tanggung jawab dan permasalahan yang dihadapinya. Karena keyakinan *self-efficacy* adalah tugas-spesifik, seseorang dengan *self-efficacy* tinggi akan cenderung menunjukkan karakteristik pribadi yang positif tertentu seperti ketekunan, perencanaan strategis, dan kinerja yang optimal. Disamping itu, teori kognitif sosial juga sesuai dengan variabel literasi digital, Gilster (1997) memberikan kejelasan mengenai konsep literasi tentang kemampuannya tidak hanya membaca saja, namun juga memaknai dan pengertiannya. Untuk mendalami hal tersebut, diperlukan kemampuan kognitif yang berperan penting dalam memanfaatkan berbagai sumber media digital.

Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian Rvspk Ranatunga et al., (2020) menyatakan jika literasi digital sangat mempengaruhi minimalisasi ketidakpastian bisnis dan dengan demikian meningkatkan kinerja ekonomi usaha kecil di Sri Lanka. Selanjutnya, studi ini sangat merekomendasikan usaha kecil untuk memperkuat teknologi digital yang memainkan peran dominan untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi.
2. Studi dari Amia Luthfia et al., (2021) menemukan jika literasi digital memiliki pengaruh yang lebih besar pada peluang online daripada risiko online. Saat masyarakat menghabiskan lebih banyak waktu online, mereka menjadi lebih melek digital, yang memungkinkan mereka mendapatkan lebih banyak manfaat dari teknologi baru. Namun, mereka yang memiliki literasi digital lebih tinggi tidak menemukan jalan untuk menghindari risiko sambil mencari peluang. Oleh karena itu, Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah untuk meningkatkan keterampilan digital sebagai bagian dari literasi digital secara merata.
3. Penelitian Muamar Nur Kholid et al., (2020) penerapan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) menggunakan dua buah variabel berupa persepsi kepercayaan dan persepsi risiko. Penelitian ini menelaah beberapa faktor yang memberi pengaruh intensi pelaku UMKM untuk mengadopsi aplikasi akuntansi *mobile* yang menjadi bagian dari kemudahan berbisnis secara digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada pemilik UMKM untuk mengadopsi aplikasi akuntansi *mobile*.
4. Hasil studi Rankhumise dan Letsoalo (2019) menuturkan modal awal, penerapan teknologi, pemasaran, dorongan pemerintah, keterampilan menejir, dan manajemen keuangan kelangsungan hidup dan keberhasilan bisnis. Penelitian yang dilakukan dihasilkan akses keuangan oleh usaha kecil, menengah dan

mikro sebagai permasalahan yang harus dihadapi bagi pelaku UMKM.

5. Hasil studi Hoque (2015) menegaskan bahwa penggunaan TIK dapat mengembangkan kemampuan literasi digital yang berfungsi untuk mengelola informasi, menciptakan sumber daya yang unggul, menikmati pengurangan biaya transaksi, mengembangkan kapasitas pengumpulan dan penyebaran informasi, dan memperoleh akses terhadap arus informasi yang cepat sehingga menjadi lebih percaya diri dalam menyongsong era digital.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

1) Pengaruh X1 ke Y

Luthfia, dkk (2021) telah melakukan penelitian dengan dikatakan bahwa literasi digital berpengaruh lebih besar pada peluang online daripada risiko online. Semakin banyak orang menghabiskan waktu online, mereka menjadi lebih melek digital, memungkinkan mereka untuk memanfaatkan lebih banyak teknologi baru, salah satunya adalah kemudahan berbisnis secara digital. Namun, mereka dengan literasi digital yang lebih tinggi tidak menemukan cara untuk menghindari risiko sambil mencari peluang. Oleh karena itu, Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah untuk sama-sama meningkatkan keterampilan digital sebagai bagian dari literasi digital, termasuk bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas.

2) Pengaruh X3 ke Y

Dari sisi pelaku UMKM, kesiapan mereka untuk menggunakan teknologi digital belum diketahui. Penelitian dari Gunawan et al., (2019) memiliki tujuan guna mengidentifikasi tingkatan kesiapan UMKM dalam menerapkan e-money yang merupakan salah satu teknologi yang digunakan dalam bertransaksi bagi pelaku UMKM di era digital. Model yang digunakan untuk mengukur kesiapan UKM menggunakan e-money menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). semua hipotesis diterima dari keseluruhan yang diajukan. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa konsep e-money dapat diterapkan pada UMKM di Yogyakarta. Hasil analisis data menunjukkan bahwa UMKM percaya bahwa menggunakan e-money dalam transaksi bisnis mereka akan membantu mereka mencapai keuntungan kinerja. Hal ini termasuk bagian dari kemudahan berbisnis secara digital, akibatnya jika sistem *e-money* mudah digunakan maka pelaku UMKM menjadi tidak merasa cemas dan mereka akan semakin sering menggunakan *e-money* dalam bertransaksi. Pelaku UMKM percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis penyedia layanan *e-money* ada untuk membantu mereka menggunakan teknologi *e-money*.

3) Pengaruh X2 ke Y

Berdasarkan studi yang dilakukan Weldeclassie et al (2019), hambatan utama bagi UMKM di Ethiopia adalah pertanyaan tentang keberlanjutan, kurangnya kredit, hubungan pasar yang buruk, pelatihan yang tidak memadai, skema pengembangan sumber daya manusia yang buruk, ketergantungan pada kebijakan pemerintah, variasi harga, hubungan yang buruk dan strategi pengembangan produk dan pasar yang buruk. Sedangkan karena keterbatasan akses permodalan, para pelaku UMKM biasanya memulai usaha melalui tabungan sendiri atau disebut modal sendiri (Gebrehiwot dan Amaha, 2006). Hal ini menunjukkan kurangnya dukungan modal usaha bagi para pelaku UMKM dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai peningkatan dukungan modal usaha untuk kemudahan berbisnis bagi pada pelaku UMKM.

4) Pengaruh X1 ke X3

Penelitian Erlanitasari, dkk (2020) ditunjukkan bahwa hanya 36% UMKM di Indonesia yang masih bergelut dengan pemasaran konvensional. Sementara itu, 37% UMKM dengan mempunyai kapasitas dasar pemasaran online seperti komputer dan akses broadband. Sisanya 18% UMKM mempunyai kapasitas online sedang karena bisa dengan menerapkan website dan media sosial. Hanya 9% dengan mempunyai kapasitas digital marketing yang bisa dikategorikan canggih. Mengenai penelitian dari Islami (2019) menemukan bahwa literasi digital mahasiswa program studi pendidikan ekonomi di Jember masih dalam memberi pengaruh niat berwirausaha, khususnya perilaku bisnis. Akan tetapi, niat berwirausaha dapat berkontribusi pada literasi digital terhadap perilaku bisnis yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pelaku usaha. Hal ini dapat berdampak jika praktik kewirausahaan diintensifkan dengan media digital, misalnya e-commerce, marketplace, media sosial, dan lain-lain.

5) Pengaruh X2 ke X3

Hasil penelitian Prasanna et al, (2019) mengatakan bahwa digitalisasi merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk mengurangi hambatan dalam kegiatan ekonomi karena membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi faktor produksi, salah satunya adalah dukungan modal usaha yang menjadi variabel dalam penelitian ini. Penelitian Ina Ibor dkk. (2017) mengatakan UMKM cenderung menghadapi hambatan yang signifikan untuk mengakses kredit dan layanan keuangan lainnya, karena berbagai faktor non-keuangan seperti kurangnya pendidikan, keterampilan teknis yang tidak memadai, jarak geografis dari pusat keuangan, akses yang tidak memadai ke pasar keuangan, kurangnya informasi, kualitas yang buruk. catatan kredit, infrastruktur tidak dapat diandalkan dan hambatan non-harga lainnya (McVay & Miehlbradt, 2002). Faktor-faktor tersebut dapat diatasi dengan mendukung modal ventura di era digital bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menjadi unsur penting dalam mewujudkan potensi UMKM untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

6) Pengaruh X1 ke Y melalui X3

Arrizal & Sofyantoro (2020) mengatakan bahwa digitalisasi harus dilakukan pada pelaku UMKM untuk mencapai keuntungan yang maksimal dan menjalankan usahanya sesuai dengan yang diharapkan. Upaya digitalisasi bagi pelaku UMKM dapat dilakukan melalui digitalisasi ekonomi, menjalani pelatihan online, mengetahui pemasaran online, mendapatkan tips sukses bisnis di website resmi pemerintah dan media digital. Pelatihan yang diikuti oleh pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan literasi digital yang mempengaruhi tingkat kepercayaan diri sehingga kemudahan berusaha secara digital dapat terwujud.

7) Pengaruh X2 ke Y melalui X3

Penelitian Ina Ibor et al. (2017) menuturkan UMKM cenderung menghadapi kendala yang signifikan dalam mengakses kredit dan jasa keuangan lainnya, karena beberapa faktor non-keuangan seperti kurangnya pendidikan, keterampilan teknis yang tidak memadai, jarak geografis dari pusat keuangan, akses yang tidak memadai ke pasar keuangan, minimnya informasi, catatan kredit yang kurang baik, infrastruktur yang tidak dapat diandalkan dan hambatan non-harga lainnya (McVay & Miehlbradt, 2002). Faktor-faktor tersebut dapat diatasi melalui dukungan modal usaha yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha sehingga tercapai kemudahan berbisnis secara digital.

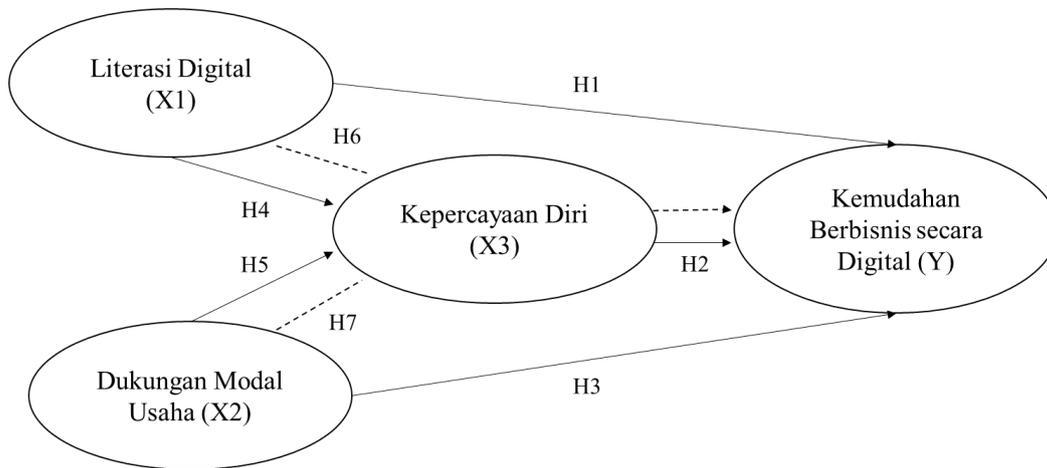
Hipotesis Penelitian

Hipotesis sebagai suatu dugaan sementara dalam penelitian dan masih perlu dilakukan sebuah pengujian untuk memastikan jawaban sementara tersebut terhadap teori yang telah ada (Sudjana, 2005:219). Penelitian ini akan menguji tujuh hipotesis berikut:

1. H1 – Diduga Literasi Digital akan mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta secara positif dan signifikan.
2. H2 – Diduga Kepercayaan Diri akan mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta secara positif dan signifikan.
3. H3 – Diduga Dukungan Modal Usaha akan mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta secara positif dan signifikan.
4. H4 – Diduga Literasi Digital akan mempengaruhi Kepercayaan Diri pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta secara positif dan signifikan.
5. H5 – Diduga Dukungan Modal Usaha akan mempengaruhi Kepercayaan Diri pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta secara positif dan signifikan.
6. H6 – Diduga Literasi Digital akan mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta.
7. H7 – Diduga Dukungan Modal Usaha akan mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri pada Pelaku UMKM Disabilitas di Jakarta.

Kerangka Konseptual

Sesuai dengan latar belakang dan kajian teori sehingga penelitian yang dilakukan diperoleh kerangka konseptual guna menganalisis literasi digital, dukungan modal usaha dan kepercayaan diri terhadap kemudahan berbisnis secara digital bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas dengan dijabarkan dalam gambar berikut:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian yang dilakukan, metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan memakai metode survei. Menurut Sugiyono (2018:15) metode survei digunakan guna mendapatkan informasi lokasi tertentu dengan alamiah, dan dalam penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner sebagai peralatan untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun pendekatan studi yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel dalam studi ini yaitu *total sampling*. Alasan mengambil *total sampling* sebab jumlah populasi sebanyak 33, sesuai dengan pendapat Arikunto (2006:120) jika jumlah populasi tidak lebih dari 100, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu keseluruhan anggota populasi sebagai objek penelitian yang dilakukan sehingga disebut penelitian populasi.

Variabel dan Definisi Operasional

Kemudahan Berbisnis secara Digital

Kemudahan berbisnis secara digital adalah transaksi dari penjual atau pembeli yang tidak memerlukan banyak usaha dalam berinteraksi, mudah melakukan transaksi, dan dapat dengan mudah mencari informasi serta tidak membuat penjual dan pembeli bingung dan tidak nyaman. Kemudahan berbisnis secara digital bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas.

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) guna mencari, mempelajari dan menggunakan berbagai media atau sumber informasi dalam berbagai bentuk dengan keterampilan kognitif dan teknis.

Dukungan Modal Usaha

Dukungan modal usaha adalah usaha yang diberikan kepada pelaku usaha berupa uang, barang atau peralatan yang digunakan dalam proses produksi untuk menunjang usahanya.

Kepercayaan Diri

Percaya diri adalah suatu rasa yakin akan diri individu terhadap potensi yang dimiliki dalam menjalankan tindakan yang dilakukan dalam tujuan hidupnya, meskipun menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan serta dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan menerapkan analisis jalur (*path analysis*). Ghozali (2013:249),

menerangkan analisis dengan menggunakan pemakaian analisis regresi untuk penafsiran keterkaitannya sebab-akibat terhadap variabel (model kausal) yang telah ditentukan berlandaskan teori. Adapun uji hipotesis yang dilakukan yaitu Uji F, Uji t, serta Koefisien Determinasi.

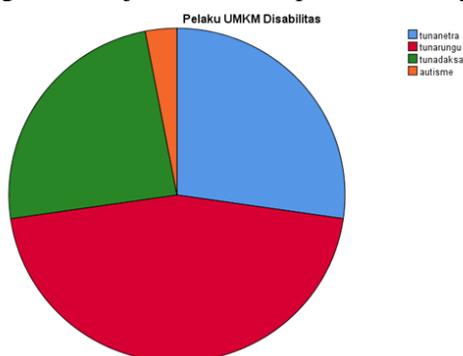
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Deskripsi Data

Jenis Disabilitas

Sesuai dengan distribusi frekuensi responden yang dihasilkan sesuai jenis disabilitas, diperoleh jumlah responden terdiri oleh frekuensi yang bervariasi yaitu responden tunanetra dengan persentase 27.3%, responden tunarungu dengan persentase 45.5%, responden tunadaksa 24.2% dan responden autisme dengan persentase 3%. Berikut merupakan diagram dengan menunjukkan data responden sesuai jenis disabilitas.



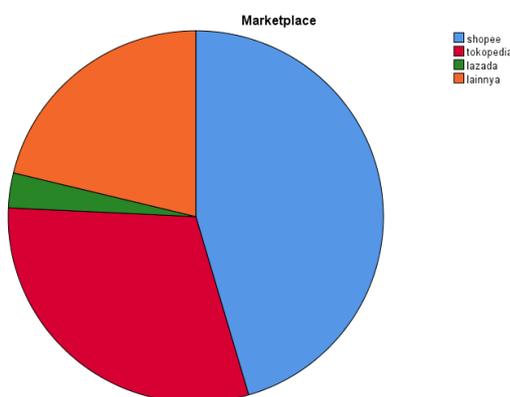
Gambar 2 Diagram lingkaran responden berdasarkan jenis disabilitas

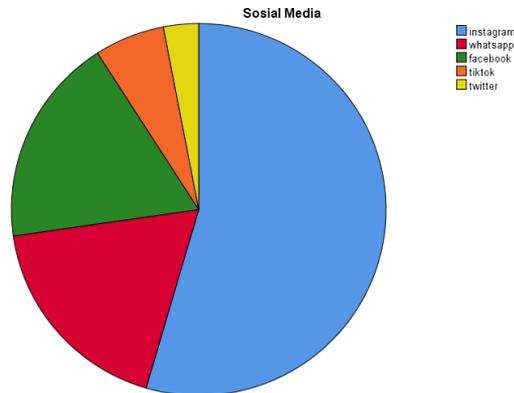
Sumber: data primer, diolah peneliti (2022)

Media Digital yang Digunakan

Sesuai dengan distribusi frekuensi responden yang dihasilkan dengan mengacu pada *marketplace* yang digunakan, ditunjukkan jumlah responden terdiri oleh frekuensi yang bervariasi yaitu responden pengguna shopee dengan persentase 45.5%, responden pengguna tokopedia dengan persentase 30.3%, responden pengguna lazada 3% dan responden pengguna *marketplace* lainnya dengan persentase 21.2%.

Sedangkan berdasarkan hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan *social media* yang digunakan, dapat dilihat bahwa jumlah responden terdiri oleh frekuensi yang bervariasi yaitu responden pengguna Instagram dengan persentase 54.5%, pengguna WhatsApp dengan persentase 18.2%, responden pengguna Facebook dengan persentase 18.2%, responden pengguna Tiktok 6.1% dan responden pengguna Twitter dengan persentase 3%. Data responden berdasarkan *marketplace* dan *social media* yang digunakan ditunjukkan dengan diagram berikut.

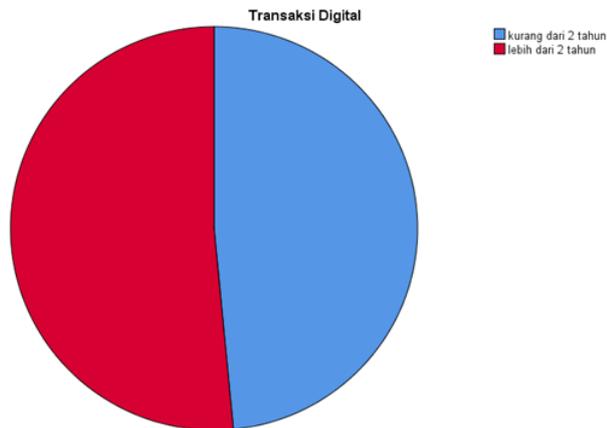




Gambar 3 Diagram lingkaran responden berdasarkan *marketplace* dan *social media* yang digunakan
 Sumber: data primer, diolah peneliti (2022)

Lama Penggunaan Media Digital

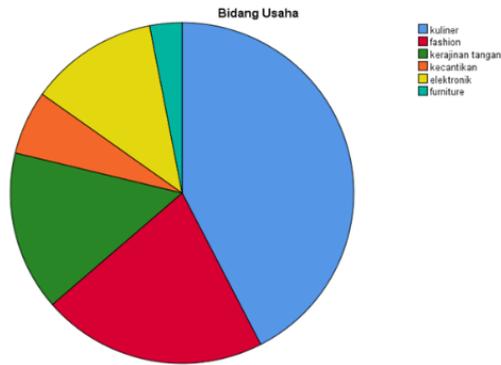
Sesuai dengan distribusi frekuensi responden yang dihasilkan dengan mengacu jenis disabilitas, ditunjukkan total responden terdiri oleh frekuensi yang hamper seimbang yaitu responden dengan penggunaan media digital selama kurang dari dua tahun memiliki persentase 48.5%, dan responden dengan penggunaan media digital selama lebih dari dua tahun memiliki persentase 51.5%. diagram berikut menunjukkan data responden yaitu.



Gambar 4 Diagram lingkaran responden berdasarkan lama penggunaan media digital
 Sumber: data primer, diolah peneliti (2022)

Bidang Usaha

Sesuai distribusi frekuensi responden yang dihasilkan dengan mengacu pada bidang usaha, ditunjukkan dengan total responden terdiri oleh frekuensi yang bervariasi yaitu responden dengan bidang usaha kuliner dengan persentase 42.4%, responden bidang usaha fashion dengan persentase 21.2%, responden bidang usaha kerajinan tangan 15.2%, responden bidang usaha kecantikan dengan persentase 6,1%, responden bidang usaha elektronik 12.1% dan responden bidang usaha furniture dengan persentase 3%. Diagram berikut menunjukkan data responden sesuai bidang usaha.

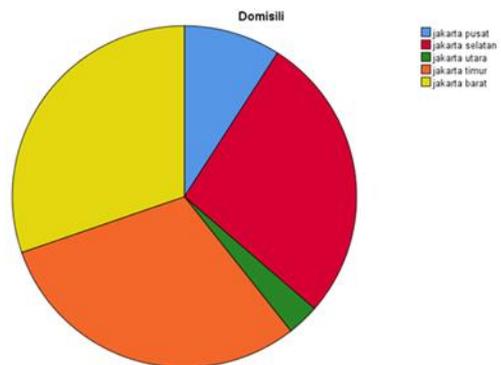


Gambar 5 Diagram lingkaran responden berdasarkan bidang usaha

Sumber: data primer, diolah peneliti (2022)

Domisili

Sesuai distribusi frekuensi responden yang dihasilkan dengan mengacu pada domisili, ditunjukkan dengan total responden terdiri oleh frekuensi yang bervariasi yaitu responden domisili Jakarta Pusat dengan persentase 9.1%, responden Jakarta Selatan dengan persentase 27.3%, responden Jakarta Utara 3%, responden Jakarta Timur sebanyak 30.3% dan responden domisili Jakarta Barat dengan persentase 30.3%. Diagram berikut menunjukkan data responden sesuai domisili.



Gambar 6 Diagram lingkaran responden berdasarkan domisili

Sumber: data primer, diolah peneliti (2022)

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Koefisien Jalur Model 1

Dalam data yang diperoleh dari program SPSS versi 25.0 dianalisa sehingga dihasilkan koefisien jalur antara variabel literasi digital (X1) dan dukungan modal usaha (X2) pada kepercayaan diri (X3) yaitu :

Tabel 1 Hasil Koefisien Jalur Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,582	4,319		5,923	0,000
	literasi digital	1,156	0,222	0,642	5,213	0,000
	dukungan modal usaha	0,514	0,124	0,512	4,153	0,000

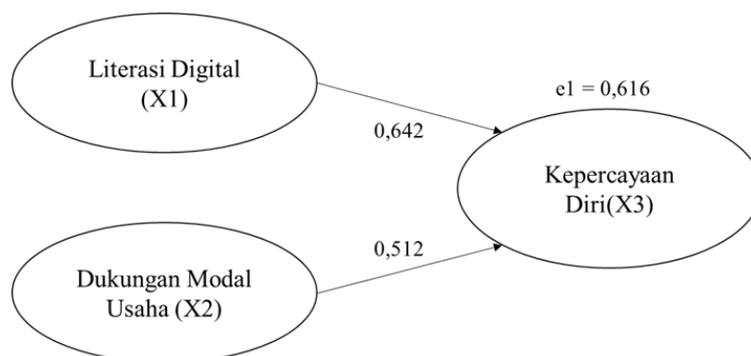
Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Persamaan yang dihasilkan dari regresi yaitu :

$$X_3 = 0,642 X_1 + 0,512 X_2 + \epsilon_1$$

Arti dari persamaan tersebut yaitu sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi kedua variabel bebas (literasi digital dan dukungan modal usaha) memberi pengaruh positif dan signifikan pada variabel intervening (kepercayaan diri). Dengan artian, jika kemampuan literasi digital dan dukungan modal usaha terjadi peningkatan, sehingga kepercayaan diri pelaku UMKM disabilitas sejalan mengalami peningkatan pula.
- 2) Koefesien regresi yang dihasilkan ditunjukkan dengan faktor literasi digital ($b_1 = 1,156$) sebagai faktor dengan mendominasi untuk memberi pengaruh kepercayaan diri pelaku UMKM disabilitas di DKI Jakarta.
- 3) Berdasarkan output Regresi Model 1 diperoleh nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu $X_1 = 0,000$ dan $X_2 = 0,000$ sehingga nilainya kurang dari 0,05. Diperoleh suatu kesimpulan yang dihasilkan dengan variabel X_1 dan X_2 memberi pengaruh signifikan pada X_3 . Dimana nilai ϵ_1 diperoleh dengan menggunakan rumus $\epsilon_1 = \sqrt{(1-0,620)} = 0,616$. Sehingga didapatkan diagram jalur yang ditunjukkan yaitu:



Gambar 7 Diagram Jalur Model 1

Koefisien Jalur Model 2

Sesuai dengan analisis yang dihasilkan dalam program SPSS versi 25.0 sehingga dihasilkan koefisien jalur model II antara variabel literasi digital (X_1), dukungan modal usaha (X_2) dan kepercayaan diri (X_3) terhadap kemudahan berbisnis secara digital (Y) sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Koefisien Jalur Model 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,525	5,732		2,360	0,025
	literasi digital	0,737	0,276	0,318	2,673	0,012
	dukungan modal usaha	0,324	0,139	0,216	2,328	0,027
	kepercayaan diri	0,654	0,165	0,508	3,974	0,000

a. Dependent Variable: kemudahan berbisnis digital

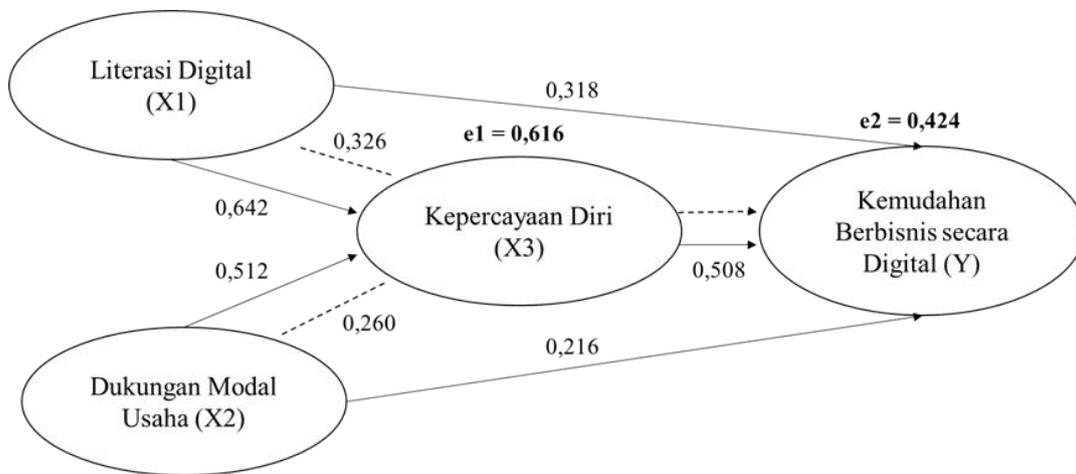
Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Dari hasil regresi yang didapat maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,318X_1 + 0,216X_2 + 0,508X_3 + \epsilon_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

- 1) Koefisien regresi semua variabel independen (literasi digital, dukungan modal usaha dan kepercayaan diri) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kemudahan berbisnis secara digital). Artinya, apabila variabel literasi digital, dukungan modal usaha dan kepercayaan diri meningkat, maka variabel kemudahan berbisnis secara digital juga meningkat.
- 2) Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan bahwa faktor literasi digital ($b_1 = 0,737$) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kemudahan berbisnis secara digital pelaku UMKM disabilitas di DKI Jakarta.
- 3) Berdasarkan output Regresi Model 2 diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel yaitu $X_1 = 0,012$, $X_2 = 0,027$ dan $X_3 = 0,000$ lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y . Sementara untuk nilai $\epsilon_2 = \sqrt{(1-0,820)} = 0,424$. Dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur II sebagai berikut:



Gambar 8 Diagram Jalur Model 2

Uji Hipotesis

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

- 1) Hasil Uji – F Model I

Hasil uji – F antara variabel literasi digital (X_1) dan dukungan modal usaha (X_2) terhadap kepercayaan diri (X_3) dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Tabel 3 Uji – F Model 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52,427	2	26,214	24,485	.000 ^b
	Residual	32,118	30	1,071		
	Total	84,545	32			

a. Dependent Variable: kepercayaan diri

b. Predictors: (Constant), dukungan modal usaha, literasi digital

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Tabel 3 menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,485 sementara F tabel dengan $df_1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 = 33 - 2 = 31$, maka didapat F tabel 3,30. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $24,485 > 3,30$. Dengan demikian model regresi antara variabel literasi digital (X_1) dan dukungan modal usaha (X_2) terhadap

kepercayaan diri (X3) dinyatakan fit atau layak.

2) Hasil Uji – F Model II

Hasil uji – F antara variabel literasi digital (X1), dukungan modal usaha (X2) dan kepercayaan diri (X3) terhadap kemudahan berbisnis secara digital (Y) dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

**Tabel 4 Uji – F Model 2
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114,673	3	38,224	43,978	.000 ^b
	Residual	25,206	29	0,869		
	Total	139,879	32			

a. Dependent Variable: kemudahan berbisnis digital

b. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, dukungan modal usaha, literasi digital

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Tabel 4 menunjukkan nilai F hitung sebesar 43,978 sementara F tabel dengan $df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 33 - 3 = 30$, maka didapat F tabel 3,32. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $43,978 > 3,32$. Dengan demikian model regresi antara variabel literasi digital (X1), dukungan modal usaha (X2) dan kepercayaan diri (X3) terhadap kemudahan berbisnis secara digital (Y) dinyatakan fit atau layak.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, serta apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel menunjukkan hipotesis diterima. Nilai t hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t tabel didapat melalui sig. $\alpha = 0,05$ dengan $df = n - k$. Berdasarkan tabel *Coefficients* sebelumnya, maka hasil pengujian hipotesis dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5 Hasil Uji-t

No	Variabel	Bobot Pengaruh		Signifikansi $\alpha = 0,05$			Keterangan	
		t _{hitung}		t _{tabel}	Pvalue	Sig.		
1	Literasi Digital	5,213	>	2,042	0,000	<	0,05	H ₄ diterima
2	Dukungan Modal Usaha	4,153	>	2,042	0,000	<	0,05	H ₅ diterima
3	Literasi Digital	2,637	>	2,045	0,012	<	0,05	H ₁ diterima
4	Dukungan Modal Usaha	2,328	>	2,045	0,027	<	0,05	H ₃ diterima
5	Kepercayaan Diri	3,974	>	2,045	0,000	<	0,05	H ₂ diterima

Sumber: data diolah peneliti (2022)

1) Pengaruh Literasi Digital terhadap Kepercayaan Diri

Diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,213 > 2,042$ sehingga dapat disimpulkan H₄ diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Literasi Digital terhadap Kepercayaan Diri pada pelaku UMKM Disabilitas di DKI Jakarta.

2) Pengaruh Dukungan Modal Usaha terhadap Kepercayaan Diri

Diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,153 > 2,042$ sehingga dapat

disimpulkan H_5 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel Dukungan Modal Usaha terhadap Kepercayaan Diri pada pelaku UMKM Disabilitas di DKI Jakarta.

- 3) Pengaruh Literasi Digital terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital
Diketahui nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,637 > 2,045$ sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X_1 terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital pada pelaku UMKM Disabilitas di DKI Jakarta..
- 4) Pengaruh Dukungan Modal Usaha terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital
Diketahui nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,328 > 2,045$ sehingga dapat disimpulkan H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X_2 terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital pada pelaku UMKM Disabilitas di DKI Jakarta.
- 5) Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital
Diketahui nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,974 > 2,045$ sehingga dapat disimpulkan H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X_3 terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital pada pelaku UMKM Disabilitas di DKI Jakarta.

Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan, dimana nilai Adjusted R Square yang mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

- 1) Koefisien Determinasi Model 1

Hasil koefisien determinasi antara variabel literasi digital (X_1) dan dukungan modal usaha (X_2) terhadap kepercayaan diri (X_3) dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 6 Koefisien Determinasi Model 1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	0,620	0,595	1,035

a. Predictors: (Constant), dukungan modal usaha, literasi digital

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel “Model Summary” adalah sebesar 0,620. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel literasi digital (X_1) dan dukungan modal usaha (X_2) terhadap kepercayaan diri (X_3) pada pelaku UMKM disabilitas adalah sebesar 62% sementara sisanya 38% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

- 2) Koefisien Determinasi Model 2

Hasil koefisien determinasi antara variabel literasi digital (X_1) dan dukungan modal usaha (X_2) terhadap kepercayaan diri (X_3) dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 7 Koefisien Determinasi Model 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	0,820	0,801	0,932

a. Predictors: (Constant), kepercayaan diri, dukungan modal usaha, literasi digital

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti (2022)

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel “*Model Summary*” adalah sebesar 0,820 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel literasi digital (X1), dukungan modal usaha (X2) dan kepercayaan diri (X3) terhadap kemudahan berbisnis secara digital (Y) adalah sebesar 82% sementara sisanya 18% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa [pvalue (Sig.) = 0,012] < 0,05 dan ($t_{hitung} = 2,637$) > ($t_{tabel} = 2,045$). Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Ranatunga, Priyanath & Rgn (2020) bahwa literasi digital sangat mempengaruhi minimalisasi ketidakpastian bisnis dan dengan demikian meningkatkan kinerja ekonomi UMKM. Selanjutnya, studi ini sangat merekomendasikan usaha kecil untuk memperkuat teknologi digital yang memainkan peran dominan untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi dan penguatan teknologi digital dapat dicapai dengan kemampuan literasi digital.

Studi Tahir, dkk (2021) menampilkan jika tingkatan literasi digital pelaku UMKM masih dalam kategori medium. Bersumber pada hasil observasi selama program berlangsung, terungkap jika sebagian besar pelaku UMKM memanglah mengakui dan telah cukup familiar dalam memanfaatkan media digital berbasis internet. Adapun penelitian Aulia, dkk (2021) menerangkan jika dalam berwirausaha di era digital diperlukan pengetahuan mengenai digital, penilaian mengenai konten dan pencarian internet untuk menunjang pemasaran dan keamanan akun usaha, dan hal tersebut bisa dilakukan dengan mengasah kompetensi literasi digital. Tetapi menurut penelitian Lutfhia et al., (2021) Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah untuk meningkatkan keterampilan digital sebagai bagian dari literasi digital secara merata, terutama bagi pelaku UMKM. Seperti yang dibahas dalam penelitian Martins & Vega (2018) bahwa pemerintah perlu memberikan kontribusi lebih dengan meningkatkan kemampuan literasi digital pelaku UMKM yang memainkan peran dominan untuk meningkatkan keberlanjutan ekonomi.

Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa [pvalue (Sig.) = 0,000] < 0,05 dan ($t_{hitung} = 3,974$) > ($t_{tabel} = 2,045$). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholid et al.,(2020) bahwa tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pelaku UMKM berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi aplikasi *mobile accounting* yang menjadi bagian dari kemudahan berbisnis secara digital. Hasil analisis data Gunawan dkk.,(2019) menunjukkan bahwa UMKM percaya bahwa menggunakan *e-money* dalam transaksi bisnis mereka akan membantu mereka mencapai keuntungan kinerja. Hal ini merupakan bagian dari kemudahan berbisnis secara digital, alhasil jika sistem *e-money* mudah digunakan, para pelaku UMKM akan semakin percaya diri dan akan lebih sering menggunakan *e-money* dalam bertransaksi.

Pengaruh Dukungan Modal Usaha Terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dukungan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan [pvalue (Sig.) = 0,027] < 0,05 dan ($t_{hitung} = 2,328$) > ($t_{tabel} = 2,045$). Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rankhumise & Letsoalo (2019) yang mengungkapkan bahwa dukungan pemerintah, penggunaan teknologi dan modal awal dianggap penting untuk kelangsungan hidup dan keberhasilan bisnis, hal ini termasuk bagian dari kemudahan berbisnis secara digital. Hasil studi menunjukkan bahwa akses keuangan oleh UMKM tetap menjadi perhatian sekaligus tantangan penting untuk keberlanjutan usaha.

Apa penelitian Ina Ibor et al. (2017) menjelaskan bahwa UMKM cenderung menghadapi kendala yang signifikan dalam mengakses modal usaha. Penelitian ini menguatkan temuan Beck, Demircuc-Kunt dan Levine (2005) bahwa akses ke layanan perbankan keuangan dan non-keuangan dapat menjadi unsur penting dalam mewujudkan potensi UMKM untuk memacu pertumbuhan ekonomi. Weldeslassie dkk.,(2019) mengatakan bahwa kendala utama bagi UMKM adalah kurangnya kredit yang mencakup sebagian dari dukungan modal usaha, pelatihan yang tidak memadai, ketergantungan pada kebijakan pemerintah dan strategi pengembangan pasar dan produk yang buruk. Terkait minimnya dukungan modal usaha, UMKM menghadapi kendala keuangan yang lebih besar dibandingkan perusahaan besar.

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kepercayaan Diri

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri. Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan [p value (Sig.) = 0,000] < 0,05 dan (t hitung = 5,213) > (t tabel = 2,042). Hal ini sesuai dengan penelitian dari Islami (2019) menemukan bahwa literasi digital mahasiswa program studi pendidikan ekonomi di Jember masih sebatas mempengaruhi niat berwirausaha, khususnya perilaku bisnis. Namun, niat berwirausaha dapat berkontribusi pada literasi digital terhadap perilaku bisnis yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pelaku usaha. Hal ini dapat berdampak jika praktik kewirausahaan diintensifkan dengan media digital, misalnya e-commerce, marketplace, media sosial, dan lain-lain. Hasil penelitian Erlanitasari, dkk (2020) menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital pelaku UMKM di Indonesia berada pada kategori sedang dan mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka dalam menjalankan usaha di era digital.

Pengaruh Dukungan Modal Usaha Terhadap Kepercayaan Diri

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dukungan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri. Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa [p value (Sig.) = 0,000] < 0,05 dan (t hitung = 4,153) > (t tabel = 2,042). Dan berdasarkan hasil variabel deskriptif menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap pentingnya dukungan modal usaha sebagai faktor yang dapat meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM penyandang disabilitas. Hal ini menunjukkan jika kepercayaan tinggi, maka berbagai pihak seperti investor, instansi terkait, mitra kerja dan pemerintah tertarik untuk memberikan dukungan modal ventura. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Vijaya & Irwansyah(2017) dan Istinganah & Widiyanto(2020) yang menemukan adanya pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM, sehingga semakin besar dukungan modal usaha yang diterimanya akan memiliki rasa percaya diri dan hal tersebut membuat UMKM semakin berkembang.

Literasi Digital mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri

Berdasarkan hasil uji antara diketahui bahwa pengaruh langsung literasi digital terhadap kemudahan berusaha secara digital adalah 0,318. Sedangkan pengaruh tidak langsung literasi digital melalui kepercayaan diri terhadap kemudahan berusaha secara digital adalah perkalian antara nilai beta literasi digital terhadap kepercayaan diri dengan nilai beta kepercayaan pada kemudahan berusaha secara digital yaitu: $0,642 \times 0,508 = 0,326$.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,318 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,326 yang menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi digital melalui kepercayaan secara tidak langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemudahan berusaha secara digital, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan mampu menjadi variabel perantara antara literasi digital dan kemudahan berusaha secara digital bagi pelaku UMKM penyandang disabilitas di DKI Jakarta. Total efek yang diberikan literasi digital terhadap kemudahan berbisnis secara digital adalah efek langsung ditambah efek tidak langsung, yaitu: $0,326 + 0,318 = 0,644$.

Dukungan Modal Usaha mempengaruhi Kemudahan Berbisnis secara Digital melalui Kepercayaan Diri

Berdasarkan hasil uji antara diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan oleh dukungan modal usaha terhadap kemudahan berusaha secara digital adalah sebesar 0,216. Sedangkan pengaruh tidak langsung dukungan modal usaha melalui kepercayaan diri terhadap kemudahan berusaha secara digital adalah perkalian nilai beta dukungan modal usaha terhadap kepercayaan diri dengan nilai beta keyakinan kemudahan berusaha secara digital yaitu: $0,512 \times 0,508 = 0,260$.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,216 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,260 yang artinya nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung dukungan modal ventura melalui kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap kemudahan berusaha secara digital. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dapat menjadi variabel intervening antara dukungan modal usaha dengan kemudahan berusaha secara digital. Sedangkan pengaruh total yang diberikan oleh dukungan modal usaha terhadap kemudahan berusaha secara digital adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu: $0,260 +$

0.216 = 0.476. Dalam interpretasi nilai koefisien korelasi menurut Sugiyono (2014:250) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh total literasi digital terhadap kemudahan berbisnis secara digital memiliki tingkat hubungan sedang.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
 - a. Melalui literasi digital, pelaku UMKM penyandang disabilitas tidak hanya mengenalkan media digital, namun mampu mengaplikasikannya lebih dalam dalam aktivitas sehari-hari terutama untuk menunjang aktivitas usahanya, termasuk aktivitas promosi dan pemasaran melalui media sosial memberikan manfaat, sehingga dapat disimpulkan apakah pelaku UMKM difabel yang memiliki literasi digital yang baik akan mudah untuk berbisnis di era digital.
 - b. Ketika pelaku UMKM penyandang disabilitas mendapat dukungan modal usaha, maka akan timbul ketertarikan terhadap inovasi produk dan perencanaan strategi pemasaran yang matang sehingga bisa mendapatkan kemudahan berbisnis secara digital karena dapat menciptakan peluang dalam pemasaran produk yang akan membuat usahanya semakin maju dan berkembang. mendapatkan penghasilan lebih. dengan baik.
 - c. Rasa percaya diri yang dimiliki oleh pelaku UMKM penyandang disabilitas merupakan keyakinan akan kemampuannya sendiri untuk melakukan berbagai tindakan untuk mencapai tujuan meskipun menghadapi berbagai tantangan, hal ini dapat berdampak pada perilaku dan terkait dengan bagaimana pelaku UMKM penyandang disabilitas dapat mengetahui bagaimana melakukannya. bisnis secara digital dengan mudah.
2. Implikasi Praktis
 - a. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pemangku kepentingan, instansi terkait dan mitra untuk membandingkan berbagai bentuk aplikasi media digital yang dapat diandalkan untuk menjalankan bisnis, dari segi kemudahan penggunaan, manfaat yang tepat sasaran dan informasi yang dapat diakses oleh para pelaku UMKM. dengan disabilitas. .
 - b. Melihat kondisi pelaku UMKM penyandang disabilitas, maka perlu diberikan program pelatihan dan pendampingan yang berkesinambungan untuk menjaga motivasi menjalankan usaha sesuai potensinya.
 - c. Upaya pemberdayaan penyandang disabilitas memerlukan peran serta aktif seluruh komponen masyarakat, baik dari dinas sosial, pemerintah pusat, pemerintah daerah maupun perguruan tinggi agar mereka dapat hidup mandiri dan merasa bermartabat, oleh karena itu perlu dilakukan penghidupan masyarakat yang bermartabat. secara berkelanjutan agar penyandang disabilitas dapat hidup berdampingan. dengan komunitas lain.
 - d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap implementasi Perda No. 10 Tahun 2011 Pasal 32 dan 33 bagi Pelaku Usaha Penyandang Disabilitas di Provinsi DKI Jakarta.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari rangkaian pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi "Ada Pengaruh Literasi Digital (X1) dan Dukungan Modal Usaha (X2) Terhadap Kepercayaan Diri (X3) serta dampaknya terhadap Kemudahan Berbisnis secara Digital (Y)" dapat diterima.

Saran dan Keterbatasan

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut faktor-faktor lain yang mempengaruhi kemudahan berbisnis secara digital. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengolah pendataan secara langsung atau melalui wawancara guna memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang pelaku UMKM penyandang disabilitas. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap pelaku UMKM

penyandang disabilitas di wilayah luar DKI Jakarta, karena dalam penelitian ini subjek yang dijadikan responden adalah pelaku UMKM penyandang disabilitas di DKI Jakarta yang mungkin memiliki perbedaan dalam mengelola usaha di era digital.