E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 5872-5881
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Pengaruh Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha UMKM

Revi Rakhmawati[1], Roshiana Syari Dewi[2], Naila Septiana Putri[3], Ina Muflihatun[4] Agnes Dwita S[5]

[1,2,3,4,5]Universitas Pancasakti Tegal

E-Mail: rvrkhmwt@gmail.com, rhosianasyaridewi@gmail.com, nailaseptiana066@gmail.com, inamuflihatun@gmail.com, agnes_dwita@upstegal.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membuka peluang usaha yang lebih luas, tetapi peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang memiliki kecakapan digital memadai. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman mahasiswa dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang literasi digital serta menumbuhkan minat berwirausaha. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi dan edukasi partisipatif dengan media leaflet, dilanjutkan diskusi kelompok dan tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan peserta antusias mengikuti materi, aktif berdiskusi, dan mulai memahami pemanfaatan media sosial, pasar daring, serta pembayaran digital untuk mengembangkan usaha. Literasi digital berperan memperkuat keyakinan diri, memperluas akses informasi dan pasar, serta mendorong minat berwirausaha. Kegiatan serupa perlu dilakukan berkelanjutan, disertai pelatihan praktik dan pendampingan.

Kata kunci: literasi digital; minat berwirausaha; UMKM; pengabdian kepada masyarakat; mahasiswa

ABSTRACT

Digital technology creates broader business opportunities, yet only those with adequate digital skills can take advantage of them. This community service activity aimed to improve the understanding of students and Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) actors regarding digital literacy and to foster entrepreneurial intention. The activity used participatory socialization and education with leaflets, followed by group discussion and question-and-answer sessions. The results show that participants were enthusiastic, actively engaged in discussion, and began to understand how social media, online marketplaces, and digital payments can support business growth. Digital literacy strengthens self-efficacy, widens access to information and markets, and encourages entrepreneurial intention. Similar activities should be continued with hands-on training and mentoring.

Keywords: *literasi digital; entrepreneurial intention; MSMEs; community service; students*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan berbisnis. Bagi pelaku UMKM, teknologi digital membuka akses promosi yang lebih murah, jangkauan pasar yang lebih luas, dan proses transaksi yang lebih efisien. UMKM sendiri memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dan pemanfaatan teknologi digital dinilai mampu meningkatkan daya saing serta kesejahteraan pelaku usahanya (Utomo & Setiyono, 2024). Secara hukum, UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai kelompok usaha produktif yang perlu diberdayakan.

Pemanfaatan teknologi tersebut menuntut literasi digital. Kerangka kompetensi digital DigComp 2.2 memandang literasi digital sebagai kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola informasi dan data, berkomunikasi, membuat konten digital, menjaga keamanan, serta memecahkan masalah dengan teknologi digital (Vuorikari et al., 2022). Pada pelaku UMKM, keterbatasan literasi digital masih menjadi salah satu hambatan utama dalam adopsi teknologi (Utomo & Setiyono, 2024; Pratama & Rahayu, 2023). Hasil survei Kementerian Kominfo dan Katadata Insight Center (2023) menunjukkan indeks literasi digital Indonesia tahun 2022 sebesar 3,54 dari skala 5 atau berada pada kategori sedang, sehingga masih terdapat ruang untuk peningkatan (Schwab, 2020).

Di sisi lain, minat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kendali atas perilaku (Ajzen, 2020), serta oleh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan sikap terhadap kewirausahaan (Kusumojanto et al., 2021). Penelitian pada mahasiswa juga menemukan bahwa self-efficacy digital, literasi digital, pendidikan kewirausahaan, inovativitas, dan kreativitas berpengaruh positif terhadap minat menjadi wirausaha digital (Akhter et al., 2022; Wibowo et al., 2023), dan digitalisasi ekonomi berkaitan dengan intensi berwirausaha (Youssef et al., 2021; Rahmawati & Suryani, 2022). Literasi digital berpotensi memperkuat faktor-faktor tersebut karena individu yang cakap digital merasa lebih mampu mencari informasi, membangun pasar, dan mengelola usaha.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara khusus bermitra dengan kelompok mahasiswa dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Sidoharjo. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan para pelaku usaha mikro setempat, ditemukan bahwa mayoritas dari mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum mengoptimalkan platform digital untuk memperluas jangkan pasar. Hambatan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan pengetahuan teknis mengenai fitur-fitur promosi di media sosial, kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, serta ketiadaan fasilitas pembayaran nontunai seperti QRIS. Di sisi lain, kelompok mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat produktif memerlukan stimulasi nyata untuk mengubah orientasi berpikir dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja melalui pemanfaatan ekosistem digital. Oleh karena itu, edukasi mengenai literasi digital menjadi sangat krusial untuk menjembatani kesenjangan kompetensi teknologi tersebut.

Di sisi lain, minat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kendali atas perilaku (Ajzen, 2020), serta oleh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan sikap terhadap kewirausahaan (Kusumojanto et al., 2021). Penelitian pada mahasiswa juga menemukan bahwa self-efficacy digital, literasi digital, pendidikan kewirausahaan, inovativitas, dan kreativitas berpengaruh positif terhadap minat menjadi wirausaha digital (Akhter et al., 2022; Wibowo et al., 2023), dan digitalisasi ekonomi berkaitan dengan intensi berwirausaha (Youssef et al., 2021; Rahmawati & Suryani, 2022). Literasi digital berpotensi memperkuat faktor-faktor tersebut karena individu yang cakap digital merasa lebih mampu mencari informasi, membangun pasar, dan mengelola usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk memberi edukasi tentang pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha. Tujuan kegiatan adalah (1) meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep dan manfaat literasi digital, (2) memperkenalkan pemanfaatan teknologi digital untuk usaha, dan (3) menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa dan pelaku UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan menggunakan pendekatan edukasi partisipatif, yaitu peserta tidak hanya

menerima materi tetapi juga berdiskusi dan berbagi pengalaman dan hasilnya digambarkan secara deskriptif-kualitatif (Sugiyono, 2022). Penggunaan analisis pendukung juga mengacu pada standar metodologi riset kontemporer (Hair et al., 2021). Sasaran kegiatan adalah mahasiswa dan pelaku UMKM serta masyarakat sekitar yang berminat pada kewirausahaan. Media utama berupa leaflet bergambar berjudul "Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha UMKM" yang memuat pengertian literasi digital dan fokus pembahasan. Tahapan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

No	Tahap	Kegiatan	Luaran
1	Persiapan	Observasi awal, identifikasi kebutuhan mitra, dan penyusunan materi	Materi dan leaflet edukasi
2	Pelaksanaan	Pemaparan materi literasi digital dan minat berwirausaha, dilanjutkan diskusi kelompok	Pemahaman dan keterlibatan peserta
3	Evaluasi	Tanya jawab, observasi keaktifan, dan refleksi bersama	Gambaran respons dan tindak lanjut

Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka dengan melibatkan total 8 peserta, yang terdiri dari 4 orang mahasiswa semerter 7 dan 4 orang pelaku UMKM lokal yang bergerak di sektor industri kreatif dan kuliner. Pada tahap persiapan, tim melakukan observasi awal dan menyusun materi serta media edukasi berupa leaflet. Pada tahap pelaksanaan, tim memaparkan materi secara lisan dengan bantuan leaflet, kemudian peserta duduk melingkar dalam format *focus group style* untuk berdiskusi interaktif mengenai hambatan digitalisasi usaha. Pada tahap evaluasi, keberhasilan program diukur berdasarkan tingkat partisipasi aktif, respons instrumen kuesioner wawancara pendek pasca-kegiatan, serta refleksi bersama mengenai rencana adopsi teknologi yang akan diimplementasikan oleh mitra setelah kegiatan berakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan dan Media Edukasi

Tim menyiapkan leaflet sebagai media edukasi utama karena memiliki keunggulan ringkas, visual, ekonomis, serta mudah dibawa pulang oleh peserta untuk dibaca kembali secara mandiri.

Leaflet ini didesain secara tematik memuat judul kegiatan, penjelasan esensial mengenai pilar literasi digital, ilustrasi visual pelaku usaha yang menggunakan perangkat gawai atau komputer dalam bertransaksi, serta poin-poin fokus pembahasan. Gambar 1 memperlihatkan dokumentasi saat tim pengabdi bersama para peserta menunjukkan leaflet edukasi literasi digital yang telah dibagikan.



Gambar 1. Tim pengabdi dan peserta bersama leaflet edukasi literasi digital

Distribusi leaflet secara merata kepada seluruh peserta memastikan penyampaian materi dasar dapat diterima secara seragam sebelum diskusi mendalam dilakukan. Berdasarkan pantauan di lapangan, pembagian media cetak praktis ini terbukti efektif menarik minat baca dan memusatkan konsentrasi peserta. Selain itu, dokumentasi foto bersama menunjukkan antusiasme yang tinggi serta heterogenitas peserta yang terdiri dari kalangan mahasiswa dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lintas usia, yang mencerminkan tingginya relevansi topik digitalisasi bagi berbagai lapisan masyarakat produktif.

Pelaksanaan Sosialisasi dan Diskusi Partisipatif

Kegiatan inti dilaksanakan dengan metode pemaparan materi disusul diskusi kelompok interaktif. Pengaturan tempat duduk dibuat melingkar (focus group style) guna mencairkan suasana agar lebih santai, komunikatif, dan memastikan setiap peserta memiliki keleluasaan dalam menyampaikan pendapat maupun hambatan yang mereka hadapi. Pemateri memaparkan materi dasar mengenai urgensi literasi digital, strategi pemanfaatan platform media sosial (seperti Instagram, TikTok, dan Facebook) serta pasar daring (e-commerce) untuk memperluas jangkauan pemasaran, implementasi sistem pembayaran digital (QRIS dan dompet digital), serta

pentingnya kesadaran terhadap keamanan siber dan perlindungan data pribadi dalam berbisnis (Pratama & Rahayu, 2023). Selama sesi pemaparan, peserta tampak menyimak sambil membaca materi pada leaflet dan mencatat poin-poin penting yang dianggap relevan dengan rintisan usaha mereka.



Gambar 2. Pemaparan materi dan diskusi kelompok bersama peserta

Berdasarkan hasil pengamatan langsung tim pengabdi, tingkat keterlibatan dan perhatian peserta tergolong sangat baik. Hal ini tercermin dari banyaknya peserta yang secara aktif mengajukan pertanyaan kritis, seperti bagaimana cara memulai strategi pemasaran digital dengan modal minimal, cara mengatasi persaingan ketat di pasar daring, serta mitigasi risiko penipuan digital dalam transaksi daring. Respons interaktif ini mengindikasikan adanya urgensi dan kebutuhan nyata di tengah masyarakat dan mahasiswa terhadap peningkatan kecakapan digital guna mendukung produktivitas ekonomi.

Pembahasan Mendalam: Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha

Temuan dari kegiatan pengabdian ini memperkuat argumen teoritis maupun empiris bahwa literasi digital memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap pertumbuhan minat berwirausaha, baik di kalangan mahasiswa maupun pelaku UMKM. Pembahasan ini dapat dijabarkan melalui tiga perspektif utama:

- Pertama, literasi digital terbukti mampu meningkatkan efikasi diri (self-efficacy) individu (Rahmawati & Suryani, 2022). Peserta yang sebelumnya merasa gagap teknologi (gaptek) dan ragu-ragu dalam memulai bisnis, setelah diberikan pemahaman mengenai pengoperasian

perangkat digital, menjadi lebih percaya diri (digital self-efficacy) untuk merintis usaha mandiri. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Akhter et al. (2022) dan Wibowo et al. (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital dan keyakinan diri digital merupakan prediktor kuat dalam mendorong minat mahasiswa menjadi wirausahawan digital (digital entrepreneurs). Kecakapan digital menghilangkan hambatan psikologis berupa rasa takut gagal akibat ketidaktahuan teknologi.

- Kedua, literasi digital memperluas akses terhadap sumber informasi, jaringan, dan peluang pasar global. Mengacu kerangka kompetensi DigComp 2.2, kemampuan individu dalam mencari, mengevaluasi, mengelola, dan membagikan informasi digital secara efektif memfasilitasi calon wirausaha untuk mengidentifikasi celah pasar, menganalisis tren konsumsi masyarakat, serta merancang inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen modern (Vuorikari et al., 2022). Teknologi informasi memangkas biaya operasional dan promosi secara signifikan, sehingga memperluas pangsa pasar UMKM melampaui batas geografis lokal (Utomo & Setiyono, 2024; Pratama & Rahayu, 2023; Youssef et al., 2021). Akses informasi yang merata ini menstimulasi keberanian individu untuk memulai bisnis karena mereka tahu bagaimana cara mendapatkan pasokan bahan baku yang murah dan menjangkau konsumen secara langsung.
- Ketiga, dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (2020), literasi digital berperan dalam membentuk sikap positif (attitude toward the behavior) terhadap kewirausahaan (Kusumojanto et al., 2021). Ketika seseorang memahami bahwa mendirikan usaha saat ini dapat didukung oleh instrumen digital berbiaya rendah (seperti media sosial gratis dan sistem pembayaran digital), persepsi terhadap kemudahan dan keuntungan berwirausaha akan meningkat. Selain itu, literasi digital memperkuat perceived behavioral control (persepsi kendali perilaku), di mana individu merasa memiliki kontrol penuh atas manajemen usahanya karena ditunjang oleh aplikasi pencatatan keuangan digital dan manajemen stok yang praktis (Schwab, 2020). Bagi mahasiswa tingkat akhir, pemahaman ini krusial untuk mengubah orientasi pola pikir (mindset) dari pencari kerja (job seeker) menjadi pencipta lapangan kerja (job creator), menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier alternatif yang rasional dan menjanjikan (Kusumojanto et al., 2021; Wibowo et al., 2023).

Kendati demikian, kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa keterbatasan operasional.

Durasi waktu pelaksanaan yang relatif singkat menyebabkan materi yang disampaikan berfokus pada tataran konseptual dan sosialisasi pengenalan, sehingga belum menjangkau aspek pelatihan praktik teknis secara mendalam. Selain itu, evaluasi keberhasilan kegiatan ini masih bersifat kualitatif berdasarkan observasi partisipatif dan dinamika diskusi, belum menggunakan instrumen pengukuran statistik kuantitatif yang baku (Hair et al., 2021). Oleh karena itu, hubungan kausalitas antara tingkat literasi digital dan peningkatan minat berwirausaha pada komunitas sasaran perlu divalidasi lebih lanjut melalui riset lanjutan menggunakan pendekatan kuantitatif dan instrumen skala pengukuran teruji (Sugiyono, 2022).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar dan mendapat respons positif dari peserta. Sosialisasi dengan leaflet dan diskusi kelompok membantu peserta memahami pentingnya literasi digital dan pemanfaatannya dalam usaha. Literasi digital berperan memperkuat keyakinan diri, membuka akses informasi dan pasar, serta mendorong minat berwirausaha pada mahasiswa dan pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies, 2(4), 314–324. https://doi.org/10.1002/hbe2.195

Akhter, A., Islam, K. M. A., Karim, M. M., & Latif, W. B. (2022). Examining determinants of digital entrepreneurial intention: A case of graduate students. Problems and Perspectives in Management, 20(3), 153–163. https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.13

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). SAGE Publications.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia & Katadata Insight Center. (2023). Status literasi digital di Indonesia 2022. Kementerian Kominfo.

Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., Narmaditya, B. S., & Cheng, M. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? The role of entrepreneurial attitude. Cogent Education, 8(1), 1948660.

https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660

Pratama, A. Y., & Rahayu, S. (2023). Transformasi digital dan adopsi e-commerce pada pelaku UMKM di Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 9(1), 45–58. https://doi.org/10.31849/jimb.v9i1.1234

Rahmawati, E., & Suryani, D. (2022). Peran literasi keuangan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa di era digital. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA), 24(2), 112–125.

Schwab, K. (2020). Revolusi Industri Keempat: Menavigasi Era Digital. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Utomo, B., & Setiyono, Y. Y. (2024). Leveraging digital technology in micro SMEs to enhance Indonesia's economic prosperity. Jurnal Lemhannas RI, 12(3), 391–402. https://doi.org/10.55960/jlri.v12i3.985

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens. Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/115376

Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbar, A. (2023). Digital literacy, entrepreneurial education and entrepreneurial intention: An empirical study of Indonesian students. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 17(2), 345–362. https://doi.org/10.1108/JEC-05-2021-0072

Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. Technological Forecasting and Social Change, 164, 120043. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043