



Pengaruh Literasi Digital terhadap Transformasi Bisnis Digital dan Kinerja Bisnis pada Perusahaan Rintisan berbasis Digital di Bogor

Ermiani^{1*}, Muhamad Abdul Halim¹

¹Institut Teknologi dan Bisnis Visi Nusantara Bogor, Indonesia

*Corresponding Email: ermiani03@gmail.com

Abstract

Digital transformation is necessary for companies in the digital era, especially digital-based startups. The success of this transformation depends on digital literacy, namely the ability to utilize digital technology effectively. This study aims to analyze the effect of digital literacy on digital business transformation and business performance in 67 digital startups in Bogor. This study uses a quantitative approach with a cross-sectional method and is analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The study results show that digital literacy has a significant positive effect on digital business transformation and performance. This means that the higher the level of digital literacy, the better the company's ability to carry out digital transformation and improve business performance. This study concludes that digital literacy is an essential factor in the success of digital transformation and in improving business performance for digital-based startups in Bogor. It is recommended that companies focus on improving digital literacy among employees and stakeholders to support digital transformation and achieve competitive advantage.

Keywords: Digital literacy, business performance, digital transformation, digital startups..

Abstrak

Transformasi digital menjadi keharusan bagi perusahaan di era digital, terutama perusahaan rintisan berbasis digital. Keberhasilan transformasi ini bergantung pada literasi digital, yaitu kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi digital terhadap transformasi bisnis digital dan kinerja bisnis pada 67 perusahaan rintisan berbasis digital di Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode cross-sectional dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif signifikan terhadap transformasi bisnis digital dan kinerja bisnis. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi digital, semakin baik kemampuan perusahaan dalam melakukan transformasi digital dan meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan transformasi digital dan peningkatan kinerja bisnis bagi perusahaan rintisan berbasis digital di Bogor. Disarankan bagi perusahaan untuk fokus pada peningkatan literasi digital di kalangan karyawan dan pemangku kepentingan untuk mendukung transformasi digital dan mencapai keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: Literasi digital, kinerja bisnis, transformasi digital, perusahaan rintisan berbasis digital.

1. Pendahuluan

Saat ini, transformasi digital telah muncul sebagai fenomena penting dalam disiplin bisnis dan manajemen (Zhu, Ge, & Wang, 2021). Sehingga tidak mengherankan apabila itu telah menjadi topik yang banyak mendapat perhatian di kalangan akademisi (Varriale et al., 2024). Berbagai sektor telah mengalami transisi yang signifikan sebagai hasil dari ekonomi digital, yang telah berkembang sebagai ekonomi inovatif yang memanfaatkan teknologi digital (Xia, Baghaie, & Mohammad Sajadi, 2024). Proses ini menuntut adanya strategi baru yang berfokus pada integrasi teknologi dan optimalisasi proses melalui transformasi digital.

Transformasi digital adalah salah satu perubahan bisnis paling signifikan yang mendorong perubahan masyarakat, sehingga mengubah pola lama aktivitas manusia, perilaku, komunikasi, dan rutinitas sehari-hari (Slavković, Pavlović, Mamula Nikolić, Vučenović, & Bugarčić, 2023), tidak terkecuali juga pada bisnis (Ben Ghrbeia & Alzubi, 2024) yang kemudian lebih dikenal secara luas sebagai transformasi bisnis digital (TBD).

Di era digital yang serba cepat ini, transformasi bisnis digital (TBD) menjadi keharusan bagi perusahaan yang ingin bertahan dan unggul dalam persaingan. Transformasi digital adalah proses penggunaan teknologi digital untuk mengubah bisnis agar lebih responsif terhadap permintaan pasar (Pellicelli, 2023). Dengan demikian Proses ini menuntut perubahan fundamental dalam cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, serta menuntut adaptasi yang cepat terhadap perkembangan teknologi yang terus berkembang.

Saat ini transformasi digital telah menjadi salah satu tren utama dalam organisasi dalam beberapa tahun terakhir, dan literasi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan transformasi ini (Arnaud, São Mamede, & Branco, 2024). Literasi digital sendiri telah didefinisikan sebagai kemampuan dan kesadaran untuk menerapkan teknologi digital yang ada dalam pekerjaan sekaligus menunjukkan sikap yang benar terhadap pembelajaran digital (Wardana et al., 2023).

Mengingat teknologi digital merupakan elemen kunci dalam transformasi digital, maka diasumsikan bahwa menjamin literasi digital akan berdampak besar pada sikap seseorang terhadap transformasi digital (Shin & Yoo, 2023). Kurangnya literasi digital dapat menghambat proses transformasi digital dan pada akhirnya berdampak negatif pada kinerja bisnis (Emi Widiyanti et al., 2024; Puteri & Asyari, 2023). Sehingga bukan hanya berdampak pada TBD, literasi digital juga telah dianggap dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Umboh & Aryanto, 2023).

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital terhadap transformasi digital dan kinerja bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih

mendalam tentang peran penting literasi digital dalam mendorong keberhasilan transformasi digital dan meningkatkan kinerja bisnis di era digital. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan, termasuk para praktisi bisnis dan pembuat kebijakan, dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan literasi digital, mendukung transformasi digital, dan pada akhirnya mencapai keunggulan kompetitif di era digital.

2. Metode

Penelitian ini berusaha untuk meneliti faktor literasi digital dan pengaruhnya terhadap transformasi digital dan kinerja bisnis pada UMKM di daerah bogor. Dengan demikian, desain penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dimana 1 pada variabel Eksogen (literasi digital) dan 2 variabel endogen (transformasi digital dan kinerja bisnis). Masing-masing variabel diukur dengan indikator. Indikator dari literasi digital sebanyak 3 indikator yang diambil dari (Raharjo, Afrianty, & Prakasa, 2024). Selain variabel literasi digital, variabel transformasi digital juga diambil dari (Raharjo et al., 2024) sebanyak 6 indikator. Adapun indikator kinerja bisnis diambil dari (Anggitasari, Purwanto, & Pertiwi, 2023) sebanyak 4 indikator.

Penelitian ini melibatkan sekitar 67 perusahaan rintisan berbasis digital (*digital startup*) di daerah Bogor. Dimana yang menjadi responden pada penelitian ini adalah mereka yang memiliki status atau jabatan sebagai pemilik sebanyak 43 responden (64.18%) dan 24 lainnya menjabat sebagai level manajer (35.82%) di perusahaannya dengan rentan waktu lama usaha < 1 tahun sebanyak 22 (32.84%) dan 1 - 3 tahun sebanyak 45 (67.16%). Dari sisi jenis kelamin, para responde dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 58 responden (86.57%) dan perempuan sebanyak 9 (13.43%). Para responden diberikan kuesioner yang harus diisi. Setelah diisi kuesioner dikembalikan untuk selanjutnya diproses lebih lanjut untuk dianalisis. Analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Uji Model Pengukuran

Tabel 1. Hasil Uji Model Pengukuran

Variabel	Loading	α	CR	AVE
Literasi Digital (X)		0.876	0.923	0.801
X1	0.912			
X2	0.852			
X3	0.919			

Transformasi Bisnis Digital (Y1)		0.871	0.903	0.609
Y1.1	0.802			
Y1.2	0.827			
Y1.3	0.817			
Y1.4	0.728			
Y1.5	0.727			
Y1.6	0.776			
Kinerja Bisnis (Y2)		0.852	0.898	0.688
Y2.1	0.833			
Y2.2	0.813			
Y2.3	0.854			
Y2.4	0.816			

Tabel 1 yang menunjukkan hasil uji model pengukuran menggunakan Smart PLS menggambarkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai loading factor yang tinggi (di atas 0.7), menunjukkan validitas indikator yang baik. Variabel literasi digital memiliki nilai loading antara 0.852 hingga 0.919, dengan α sebesar 0.876, CR 0.923, dan AVE 0.801, menandakan reliabilitas dan konsistensi internal yang sangat baik. Variabel transformasi bisnis digital memiliki nilai α sebesar 0.871, CR 0.903, dan AVE 0.609, sedangkan variabel kinerja bisnis memiliki α sebesar 0.852, CR 0.898, dan AVE 0.688. Secara keseluruhan, model ini memenuhi kriteria reliabilitas komposit (CR) dan validitas konvergen (AVE).

Table 2. Hasil Discriminant Validity

	X	Y1	Y2
X	0.895		
Y1	0.656	0.780	
Y2	0.569	0.591	0.829

Tabel 2 menunjukkan hasil uji discriminant validity menggunakan metode Fornell-Larcker Criterion yang menunjukkan bahwa discriminant validity terpenuhi, karena setiap variabel lebih mampu menjelaskan indikator-indikatornya sendiri daripada menjelaskan variabel lain, sehingga membedakan variabel-variabel tersebut secara memadai.

3.2 Hasil Uji R-Square dan F-Square

Table 3. Hasil Uji R-Square

Variable	R ²
Y1	0.430
Y2	0.324

Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian R-square (R²) untuk variabel Y1 dan Y2. Nilai R² merepresentasikan proporsi varians yang dijelaskan oleh variabel

independen terhadap variabel dependen. Pada tabel ini, variabel Y1 memiliki nilai R² sebesar 0.430, yang berarti 43% variansi dalam Y1 dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Sementara itu, variabel Y2 memiliki nilai R² sebesar 0.324, yang menunjukkan bahwa 32.4% variansi dalam Y2 dijelaskan oleh variabel independen. Secara umum, nilai R² ini dapat dikategorikan sebagai moderat, menandakan bahwa model ini cukup mampu menjelaskan variansi dalam variabel Y1 dan Y2. Namun, nilai ini juga menunjukkan bahwa ada variabel lain di luar model yang mungkin memengaruhi kedua variabel tersebut.

Table 4. Hasil Uji F-Square

X	Y1	Y2
X	0.756	0.479
Y1		
Y2		

Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian F-square (F²) yang mengukur efek ukuran (effect size) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F² untuk pengaruh variabel X terhadap Y1 adalah 0.756, yang menunjukkan efek besar, sementara pengaruh X terhadap Y2 adalah 0.479, yang juga menunjukkan efek moderat hingga besar. Ini berarti bahwa variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kedua variabel dependen, dengan pengaruh yang lebih kuat terhadap Y1 dibandingkan Y2.

3.2 Hasil Uji Pengaruh antar Variabel

Table 5. Hasil Uji Pengaruh antar Variabel

Variabel	β	T-Value	P-Value
X → Y1	0.656	6.393	0.000
X → Y2	0.569	5.413	0.000

Berdasarkan Tabel 5, hasil hipotesis dari analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa literasi digital (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap transformasi bisnis digital (Y1) dan kinerja bisnis (Y2). Nilai koefisien jalur (β) untuk pengaruh literasi digital terhadap transformasi bisnis digital adalah 0.656, yang berarti literasi digital berkontribusi positif dan signifikan terhadap transformasi bisnis digital dengan pengaruh yang kuat. Nilai T-Value yang tinggi (6.393) dan P-Value yang sangat kecil (0.000) mendukung signifikansi hasil ini. Hasil tersebut tentu konsisten dan sejalan dengan hasil penelitian (Ben Ghrbeia & Alzubi, 2024; Destrian, 2024; Raharjo et al., 2024).

Demikian pula, literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.569. Nilai T-Value (5.413) dan P-Value (0.000) menunjukkan bahwa pengaruh ini juga signifikan secara statistik. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dapat

memperkuat transformasi bisnis digital dan meningkatkan kinerja bisnis secara signifikan. Hasil penelitian ini juga tentu konsisten dan sejalan dengan hasil penelitian (Anggitasari et al., 2023; Emi Widiyanti et al., 2024; Umboh & Aryanto, 2023) yang telah dilakukan sebelumnya.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap dua aspek penting dalam perusahaan kecil rintisan digital di Bogor, yaitu transformasi bisnis digital dan kinerja bisnis. Literasi digital terbukti memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan digital dan memperbaiki kinerja mereka. Meskipun model ini menunjukkan bahwa literasi digital menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam kedua aspek tersebut, masih ada faktor lain yang mempengaruhi yang tidak tercakup dalam model ini.

Oleh karena itu, disarankan bagi perusahaan startup digital untuk fokus pada peningkatan literasi digital di kalangan karyawan dan pemangku kepentingan mereka, karena hal ini dapat mempercepat proses transformasi bisnis dan memperbaiki kinerja. Selain itu, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi transformasi dan kinerja mereka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang berperan dalam kesuksesan bisnis mereka.

Referensi

- Anggitasari, D., Purwanto, E., & Pertiwi, T. K. (2023). The Effect of Digital Capability and Digital Literacy on Business Performance With Employee Innovation as a Mediating Variable at PT Pegadaian. *Return : Study of Management, Economic and Bussines*, 2(9), 883–898. <https://doi.org/10.57096/return.v2i9.150>
- Arnaud, J., São Mamede, H., & Branco, F. (2024). The relationship between digital transformation and digital literacy - an explanatory model: Systematic literature review. *F1000Research*, 13, 253. <https://doi.org/10.12688/f1000research.146991.1>
- Ben Ghrbeia, S., & Alzubi, A. (2024). Building Micro-Foundations for Digital Transformation: A Moderated Mediation Model of the Interplay between Digital Literacy and Digital Transformation. *Sustainability*, 16(9), 3749. <https://doi.org/10.3390/su16093749>
- Destrian, O. (2024). The Influence of Ceo's Digital Literacy on the Digital Transformation of SMEs in Indonesia. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 29(02). <https://doi.org/10.1142/S1084946724500122>
- Emi Widiyanti, Cahyadin, M., Santoso, A. I., Santoso, R. E., Widyamurti, N., & Ertimi, B. (2024). Synergy of Digital Literacy and E-Commerce in Boosting SME Performance.

- EcceS (Economics Social and Development Studies)*, 11(1), 49–72.
<https://doi.org/10.24252/ecc.v11i1.47057>
- Pellicelli, M. (2023). *The Digital Transformation of Supply Chain Management*. Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/C2020-0-02458-8>
- Puteri, D. A., & Asyari, A. (2023). The Effect of Digital Transformation On The Revitalization of Msmes In Pandemi Time With Digital Literacy As An Intervening Variable (Case Study of Micro Enterprises in the City of Bukittinggi). *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8(2), 217–238.
<https://doi.org/10.36908/isbank.v8i2.695>
- Raharjo, K., Afrianty, T. W., & Prakasa, Y. (2024). Digital literacy and business transformation: social-cognitive learning perspectives in small business enterprises. *Cogent Business & Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2376282>
- Shin, S.-Y., & Yoo, D. (2023). The Impact of Digital Literacy on Digital Transformation Attitudes: Focusing on the Mediating Effect of Life Satisfaction from Digital Transformation. *The Korean Association of Governance Studies*, 33(4), 67–97.
<https://doi.org/10.26847/mspa.2023.33.4.67>
- Slavković, M., Pavlović, K., Mamula Nikolić, T., Vučenović, T., & Bugarčić, M. (2023). Impact of Digital Capabilities on Digital Transformation: The Mediating Role of Digital Citizenship. *Systems*, 11(4), 172. <https://doi.org/10.3390/systems11040172>
- Umboh, I. A., & Aryanto, V. D. W. (2023). Digital Marketing Development Model through Digital Literacy Mediation to Improve SME's Performance. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38(1), 94. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3315>
- Varriale, V., Camilleri, M. A., Cammarano, A., Michelino, F., Müller, J., & Strazzullo, S. (2024). Unleashing digital transformation to achieve the sustainable development goals across multiple sectors. *Sustainable Development*.
<https://doi.org/10.1002/sd.3139>
- Wardana, L. W., Ahmad, Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., ... Narmaditya, B. S. (2023). Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*, 9(1), e12763.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12763>
- Xia, L., Baghaie, S., & Mohammad Sajadi, S. (2024). The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications. *Ain Shams Engineering Journal*, 15(2), 102411. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Zhu, X., Ge, S., & Wang, N. (2021). Digital transformation: A systematic literature review. *Computers & Industrial Engineering*, 162, 107774.
<https://doi.org/10.1016/j.cie.2021.107774>