

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PENGGUNAAN SMARTPHONE
DALAM MENDUKUNG UMKM DI DESA LOMBO KABUPATEN
SIDENRENG RAPPANG**

Nurul Fitri Kurnia^{1*}, Andi Riska Andreani Syafaruddin², Adam Latif³,
⁴Rahman Yakub

Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

[1*nurulfitrikurnia2111@gmail.com](mailto:nurulfitrikurnia2111@gmail.com), [2riska.andreani93@gmail.com](mailto:riska.andreani93@gmail.com),

[3adamlatifsaja2017@gmail.com](mailto:adamlatifsaja2017@gmail.com), [4Rahmatyakub0401@gmail.com](mailto:Rahmatyakub0401@gmail.com)

*Corresponding author**

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting Indonesia's economy, especially in rural areas. However, the low level of digital literacy among MSME actors has become one of the obstacles in optimizing Smartphone utilization to support business activities. This study aims to determine the effect of digital literacy on Smartphone usage in supporting MSMEs in Lombo Village, Sidenreng Rappang Regency. The research used a quantitative approach with an associative method. Data were collected through questionnaires and direct observations involving 45 MSME actors selected using purposive sampling techniques. The data were analyzed using descriptive statistics, validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, coefficient of determination tests, and partial t-tests. The results showed that digital literacy had a positive and significant effect on Smartphone usage in supporting MSMEs. The coefficient of determination value reached 85.3%, indicating that digital literacy strongly influences the utilization of Smartphones in business activities such as digital promotion, customer communication, and business transactions. The findings indicate that improving digital literacy is essential to encourage the optimization of Smartphone use and strengthen the competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: *Digital Literacy, UMKM, Smartphone Usage*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian Indonesia, khususnya di daerah pedesaan. Namun, rendahnya tingkat literasi digital pelaku UMKM menjadi salah satu hambatan dalam mengoptimalkan penggunaan Smartphone untuk mendukung kegiatan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap penggunaan Smartphone dalam mendukung UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan

observasi langsung kepada 45 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji t parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Smartphone dalam mendukung UMKM. Nilai koefisien determinasi sebesar 85,3% menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pemanfaatan Smartphone dalam kegiatan usaha seperti promosi digital, komunikasi pelanggan, dan transaksi bisnis. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital sangat penting untuk mendorong optimalisasi penggunaan Smartphone dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: Literasi Digital, Penggunaan Smartphone, UMKM

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional karena memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi penopang stabilitas ekonomi nasional, terutama

pada era transformasi digital yang terus berkembang (Produktivitas, T., & Karyawan 2025). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat mendorong pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital dalam menjalankan kegiatan usaha. Transformasi digital menjadi salah satu langkah penting agar UMKM mampu mempertahankan daya saing serta memperluas jangkauan pemasaran di tengah perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih ke platform digital (Maulana, M. I., & Suyono 2023).

Pemanfaatan teknologi digital dalam sektor UMKM saat ini semakin didukung oleh tingginya penggunaan *Smartphone* di Indonesia. *Smartphone* tidak lagi hanya

digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi media pemasaran, transaksi digital, promosi usaha, hingga pengelolaan administrasi bisnis secara lebih efektif dan efisien. Penggunaan media sosial, *marketplace*, serta aplikasi berbasis digital memberikan peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk secara lebih cepat dan praktis. Menurut (M., Suryanti, E., Zulfa, P. F., Lesmana, H., Cahya, B., & Utami 2025), pemanfaatan teknologi digital mampu membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing melalui pemasaran berbasis online dan komunikasi digital yang lebih luas. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Syahlan, Z., Ramlan, P., Riska, A., & Syafaruddin 2024) menunjukkan bahwa penerapan digital marketing melalui media sosial memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat beli konsumen pada produk UMKM.

Meskipun penggunaan *Smartphone* mengalami peningkatan yang cukup pesat, tidak seluruh pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Salah satu faktor yang memengaruhi kondisi tersebut adalah rendahnya

tingkat literasi digital masyarakat, khususnya pada wilayah pedesaan. Literasi digital tidak hanya diartikan sebagai kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab (Basor *et al.*, 2025). Menurut (Aulia *et al.*, 2021), masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami penggunaan media digital untuk kegiatan pemasaran, pengelolaan usaha, maupun transaksi digital sehingga pemanfaatan teknologi belum berjalan secara maksimal. Rendahnya kemampuan digital menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital, seperti pemasaran online, penggunaan *marketplace*, pembayaran digital, dan pengelolaan usaha berbasis aplikasi. Sebaliknya, pelaku usaha yang memiliki literasi digital yang baik cenderung lebih mampu mengembangkan usaha melalui pemanfaatan media sosial, aplikasi keuangan digital, dan platform e-commerce secara efektif (Aulia *et al.*, 2020).

Perkembangan ekonomi digital juga menuntut pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi agar mampu bertahan dalam persaingan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, P., Suaidah, I., & Wardani 2022) menjelaskan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan aplikasi berbasis *Smartphone* untuk mendukung aktivitas usaha, seperti pemasaran online, pengelolaan keuangan, dan pelayanan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Saragih *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital mampu membantu pelaku usaha meningkatkan produktivitas dan memperluas jaringan pasar melalui media digital. Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan erat dengan keberhasilan UMKM dalam menghadapi perubahan pola bisnis di era digital karena kemampuan digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha (Wenz, A., & Keusch 2023).

Fenomena rendahnya pemanfaatan teknologi digital juga ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Lombo, Kecamatan Pitu Riase, Kabupaten Sidenreng Rappang. Desa Lombo merupakan salah satu wilayah pedesaan yang sebagian besar masyarakatnya bekerja di sektor pertanian, peternakan, dan usaha kecil. Meskipun akses jaringan seluler dan penggunaan *Smartphone* sudah cukup tersedia, pemanfaatannya dalam mendukung kegiatan usaha masih tergolong rendah. Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan pada tanggal 5 September, 13 September, dan 15 Oktober 2025 terhadap beberapa pelaku UMKM di Desa Lombo, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha hanya menggunakan *Smartphone* untuk komunikasi dasar melalui telepon dan WhatsApp. Penggunaan *Smartphone* untuk kegiatan pemasaran digital, promosi produk melalui media sosial, maupun pemanfaatan *marketplace* masih sangat terbatas. Dari tujuh pelaku UMKM yang diamati secara langsung, hanya dua pelaku usaha yang mulai mencoba melakukan promosi produk secara online, sedangkan sebagian besar lainnya belum memahami penggunaan fitur

digital untuk mendukung kegiatan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital masih menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan *Smartphone* secara produktif bagi pengembangan UMKM di daerah pedesaan.

Selain itu, beberapa pelaku usaha juga mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digital, membuat konten promosi, menggunakan pembayaran digital, serta memahami strategi pemasaran berbasis online. Rendahnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi digital menyebabkan pelaku UMKM cenderung kurang percaya diri dalam memanfaatkan *Smartphone* untuk kegiatan usaha. Kondisi ini sejalan dengan pendapat (Ng 2012) yang menyatakan bahwa rendahnya kemampuan literasi digital dapat menyebabkan pelaku usaha mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal. Padahal, penggunaan *Smartphone* yang didukung dengan kemampuan literasi digital yang baik dapat menjadi sarana penting dalam meningkatkan efisiensi usaha, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung kegiatan UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat kesenjangan antara tingginya kepemilikan *Smartphone* dengan rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis mengenai pengembangan literasi digital pada sektor UMKM pedesaan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah desa maupun pihak terkait dalam menyusun program pelatihan dan pendampingan digital bagi pelaku usaha. Dengan demikian, penggunaan *Smartphone* tidak hanya terbatas sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran, pengelolaan usaha, dan pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis

penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel literasi digital terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung kegiatan UMKM. Menurut (Sugiyono 2020), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sementara itu, metode asosiatif digunakan karena penelitian ini berupaya mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara statistik. Pendekatan kuantitatif dinilai relevan karena mampu menghasilkan data objektif yang dapat diukur melalui angka serta dianalisis menggunakan teknik statistik sehingga hasil penelitian lebih sistematis dan terukur.

Penelitian dilaksanakan di Desa Lombo, Kecamatan Pitu Riase, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada kondisi masyarakat yang sebagian besar bergerak pada sektor usaha kecil dan menengah dengan tingkat pemanfaatan teknologi digital yang

masih bervariasi. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2025. Fokus penelitian diarahkan pada pelaku UMKM yang telah menggunakan *Smartphone* dalam aktivitas usaha, baik untuk komunikasi, promosi, maupun transaksi digital.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa skor jawaban responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data kuantitatif digunakan karena mampu memberikan gambaran numerik mengenai tingkat literasi digital dan penggunaan *Smartphone* pada pelaku UMKM. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran angket kepada pelaku UMKM di Desa Lombo. Menurut (Sugiyono 2020), data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden oleh peneliti. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka berupa buku, jurnal ilmiah, dokumen desa, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat landasan teoritis serta

mendukung interpretasi hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Desa Lombo yang menggunakan *Smartphone* dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan hasil observasi awal dan data yang diperoleh dari pemerintah desa, jumlah populasi tercatat sebanyak 50 pelaku UMKM aktif. Menurut (Arikunto 2019), apabila jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka seluruh populasi dapat dijadikan sampel penelitian. Namun, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi pelaku UMKM yang masih aktif menjalankan usaha, berusia 18–62 tahun, menggunakan *Smartphone* dalam aktivitas usaha, serta berdomisili di Desa Lombo. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 45 responden yang memenuhi syarat dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk

memperoleh data mengenai tingkat literasi digital dan penggunaan *Smartphone* oleh pelaku UMKM. Menurut (Wicaksono 2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai kondisi yang dialami. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun daring menggunakan *Google Form* untuk mempermudah proses pengumpulan data. Selain itu, observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan *Smartphone* untuk mendukung kegiatan usaha. Observasi dilakukan secara langsung agar peneliti dapat memahami kondisi lapangan secara lebih menyeluruh dan objektif.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2020), skala Likert efektif digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi individu

terhadap fenomena sosial. Setiap item pernyataan diberikan skor 1 sampai 5 untuk mempermudah proses analisis statistik. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui pre-test terhadap responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk memastikan setiap item pernyataan mudah dipahami dan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi digital, sedangkan variabel dependen adalah penggunaan *Smartphone* dalam mendukung UMKM. Literasi digital diukur melalui indikator kemampuan mengelola informasi digital, komunikasi dan kolaborasi digital, serta kemampuan membuat konten digital. Sementara itu, penggunaan *Smartphone* diukur melalui indikator frekuensi penggunaan, kemampuan penggunaan aplikasi bisnis, dan aktivitas bisnis digital. Penentuan indikator tersebut mengacu pada konsep literasi digital yang dikemukakan oleh (Ng 2012) yang menyatakan bahwa literasi digital mencakup kemampuan teknis, kemampuan kognitif, serta

kemampuan sosial dalam menggunakan teknologi digital secara efektif. Selain itu, penelitian dari (Wenz, A., & Keusch 2023) juga menjelaskan bahwa penggunaan *Smartphone* pada pelaku usaha dipengaruhi oleh tingkat keterampilan digital dan intensitas pemanfaatan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri atas analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap variabel penelitian melalui tabel distribusi frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi. Selanjutnya, sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan ketentuan item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5%. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan nilai alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen

dinyatakan reliabel dan konsisten digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi statistik. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Menurut (Irrawati, M. D., & Mukaramah 2024), pengujian asumsi klasik penting dilakukan agar model regresi menghasilkan estimasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Analisis utama dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung UMKM. Model regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Penggunaan *Smartphone*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Literasi digital

Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) dan uji t parsial. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel literasi digital dalam menjelaskan variasi penggunaan *Smartphone*. Sementara itu, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05. Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang objektif, valid, dan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan strategi peningkatan literasi digital pada pelaku UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 45 pelaku UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang yang telah memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 31–40 tahun dengan persentase

sebesar 42,2%, sedangkan berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebesar 71,1%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Lombo sebagian besar berada pada kelompok usia yang aktif dan produktif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Tingginya keterlibatan perempuan dalam aktivitas UMKM juga menunjukkan bahwa usaha mikro di daerah pedesaan banyak dijalankan sebagai usaha rumah tangga yang memanfaatkan *Smartphone* sebagai sarana komunikasi dan pemasaran usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kamariani *et al.*, 2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada UMKM mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi berbasis digital, khususnya pada usaha kecil di daerah.

Hasil analisis variabel literasi digital menunjukkan bahwa kemampuan responden dalam memanfaatkan teknologi digital berada pada kategori cukup baik. Indikator *communication and collaboration* memperoleh nilai tertinggi dibandingkan indikator lainnya dengan persentase sebesar

72,6%, sedangkan indikator *digital content creation* memperoleh nilai terendah yaitu sebesar 56%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah mampu menggunakan media digital seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan media sosial lainnya untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memasarkan produk usaha mereka. Namun demikian, kemampuan dalam membuat konten digital yang menarik dan kreatif masih tergolong rendah. Rendahnya kemampuan tersebut disebabkan oleh kurangnya pelatihan digital, keterbatasan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital, serta minimnya pemahaman terkait penggunaan aplikasi desain dan promosi digital. Temuan ini didukung oleh penelitian (Suprianti, S., Putri, S. A., & Rachman 2024) yang menjelaskan bahwa kemampuan menciptakan konten digital masih menjadi kendala utama yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku UMKM di daerah pedesaan. Selain itu, (Saragih *et al.*, 2024) menyatakan bahwa literasi digital memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk mengakses informasi, memahami pasar digital,

serta memperluas jaringan usaha melalui media teknologi digital.

Hasil penelitian pada variabel penggunaan *Smartphone* menunjukkan bahwa aktivitas bisnis digital memperoleh persentase tertinggi sebesar 72,6%, sedangkan kemampuan penggunaan aplikasi memperoleh nilai sebesar 56,6%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memanfaatkan *Smartphone* untuk mendukung aktivitas usaha seperti komunikasi dengan pelanggan, promosi produk, dan transaksi digital sederhana. Akan tetapi, sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi pendukung bisnis seperti *marketplace*, aplikasi pembayaran digital, dan aplikasi pengelolaan usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan *Smartphone* pada UMKM di Desa Lombo masih didominasi oleh fungsi komunikasi dasar dibandingkan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rahayu *et al.*, 2022) yang menyatakan bahwa tingkat literasi digital sangat mempengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan aplikasi berbasis

Smartphone untuk mendukung kegiatan usaha. Penelitian (Wenz, A., & Keusch 2023) juga menjelaskan bahwa intensitas penggunaan *Smartphone* sangat dipengaruhi oleh keterampilan digital pengguna dalam memahami fungsi dan manfaat teknologi digital secara produktif.

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel literasi digital dan penggunaan *Smartphone* memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel literasi digital sebesar 0,930 dan variabel penggunaan *Smartphone* sebesar 0,949. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik sehingga layak digunakan dalam penelitian. Menurut (Ghozali 2018), instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, yang berarti item pernyataan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya.

Hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan

nilai signifikansi sebesar 0,964 atau lebih besar dari 0,05 sehingga data penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, data penelitian memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier sederhana. Menurut (Irrawati et al 2024), pengujian asumsi klasik sangat penting dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan mampu menghasilkan estimasi yang valid dan tidak bias sehingga hasil penelitian dapat dipercaya secara statistik.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,423 + 0,957X$$

Nilai koefisien regresi sebesar 0,957 menunjukkan bahwa setiap peningkatan literasi digital akan meningkatkan penggunaan *Smartphone* sebesar 0,957 satuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital pelaku UMKM, maka semakin optimal pula penggunaan *Smartphone* dalam menunjang aktivitas usaha seperti

pemasaran digital, pelayanan pelanggan, dan transaksi usaha.

Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,853. Hal ini berarti bahwa variabel literasi digital mampu menjelaskan pengaruh terhadap penggunaan *Smartphone* sebesar 85,3%, sedangkan sisanya sebesar 14,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi digital dan penggunaan *Smartphone* tergolong sangat kuat. Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar 15,796 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat teknologi. Dalam konteks penelitian ini, literasi digital membantu pelaku

UMKM memahami manfaat *Smartphone* sehingga mendorong penggunaan teknologi digital secara lebih efektif dalam kegiatan usaha. Temuan penelitian ini juga didukung oleh (Maulana, M. I., & Suyono 2023) yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM berbasis digital. Selain itu, penelitian (Basori et al 2025) menjelaskan bahwa pelaku UMKM dengan tingkat literasi digital yang baik lebih mampu mengembangkan usaha melalui media sosial, *marketplace*, dan aplikasi digital lainnya. Penelitian (Wulansari, K., Olivia, D., & Kalangit 2024) juga menunjukkan bahwa kemampuan memahami teknologi digital berpengaruh terhadap minat dan intensitas penggunaan aplikasi digital dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa literasi digital memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan *Smartphone* secara produktif. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan

memahami informasi digital, membangun komunikasi digital, serta memanfaatkan media teknologi untuk mendukung perkembangan usaha. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital melalui pelatihan, pendampingan, dan edukasi teknologi menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Smartphone* dalam mendukung UMKM di Desa Lombo Kabupaten Sidenreng Rappang. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital pelaku UMKM, maka semakin optimal pula penggunaan *Smartphone* dalam menunjang aktivitas usaha seperti komunikasi bisnis, promosi produk, pelayanan pelanggan, serta transaksi digital. Nilai koefisien determinasi sebesar 85,3% menunjukkan bahwa literasi digital memiliki kontribusi yang sangat kuat terhadap penggunaan *Smartphone* pada pelaku UMKM,

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa indikator komunikasi dan kolaborasi digital menjadi aspek literasi digital yang paling dominan dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, sedangkan kemampuan dalam membuat konten digital masih tergolong rendah. Selain itu, penggunaan Smartphone oleh pelaku UMKM sebagian besar masih difokuskan pada komunikasi dasar dan promosi sederhana melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM Desa Lombo telah berkembang, namun belum sepenuhnya optimal dalam mendukung pengembangan usaha berbasis digital.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diperlukan adanya upaya peningkatan literasi digital melalui pelatihan, pendampingan, dan edukasi penggunaan teknologi digital bagi pelaku UMKM, khususnya dalam pembuatan konten digital, penggunaan marketplace, serta pemanfaatan aplikasi bisnis digital. Pemerintah desa dan pihak terkait diharapkan dapat memberikan

dukungan berupa program pemberdayaan digital agar pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing usaha di era transformasi digital. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas jaringan internet, motivasi penggunaan teknologi, dan kemampuan pemasaran digital sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan *Smartphone* pada UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, T. 2020. "Entrepreneurship Literacy, Digital Literacy, and Business Continuity." *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Aulia, N. A., Hasan, M., Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Supatminingsih, T. 2021. "Bagaimana Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Berpengaruh Terhadap

- Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian?" *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 2(1):110–126.
- Basori, M., Intan, L. R., Triana, A., Wahyono, B., Dila, F., & Hidayat, A. 2025. "Pengaruh Literasi Digital Dan Keberlanjutan Bisnis Terhadap Ekonomi Kreatif Dengan Sikap Kewirausahaan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial* 5:353–361.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. 2024. "Implementasi Metode Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Pelanggaran Asumsi Klasik." *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen* 3(2):83–94.
- Kamariani, B. D., Fitri, N., Asbarini, E., Ulyani, M., & Chalel, A. 2025. "Pemberdayaan Berbasis Digital Bagi Pelaku UMKM." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 5(3):132–145.
- M., Suryanti, E., Zulfa, P. F., Lesmana, H., Cahya, B., & Utami, P. 2025. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi* 4(3):256–265.
- Maulana, M. I., & Suyono, E. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Berbasis Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(3):4256–4265.
- Ng, W. 2012. "Can We Teach Digital Natives Digital Literacy?" *Computers and Education* 59(3):1065–1078.
- Produktivitas, T., & Karyawan, K. 2025. "Produktivitas Dan Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Nasional." *Jurnal Ekonomi Nasional* 19(78):5899–5908.
- Rahayu, P., Suaidah, I., & Wardani, Z. D. 2022. "Mampukah Digital Literacy Memengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Smartphone Bagi UMKM." *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* 5(2):173–188.
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. 2024. "Menutup

- Kesenjangan Digital: Studi Tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital." *Jurnal Kolaboratif Sains* 7(5):1788–1795.
- Sugiyono. 2020. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." *Bandung: Alfabeta*.
- Suprianti, S., Putri, S. A., & Rachman, I. F. 2024. "Analisis Evaluasi Dampak Program Literasi Digital Pada Industri UMKM Terhadap Pencapaian Indikator SDGs 2030." *Jurnal Ilmiah Research Student (JIRS)* 1(5):220–229.
- Syahlan, Z., Ramlan, P., Riska, A., & Syafaruddin, A. 2024. "Analisis Penerapan Digital Marketing Terhadap Minat Beli." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 18(1):332–343.
- Wenz, A., & Keusch, F. 2023. "The Second-Level Smartphone Divide: A Typology of Smartphone Use Based on Frequency of Use, Skills, and Types of Activities." *Mobile Media and Communication* 11(3):459–483.
- Wicaksono, S. Y. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian TIKI Di Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9(7):1–18.
- Wulansari, K., Olivia, D., & Kalangit, C. 2024. "The Influence of Digital Literacy on Intention to Use QRIS by Using TAM as the Cashless Paying Method on MSME in Samarinda Seberang District." 521–537.