



Peran *Self- Efficacy* dalam Memediasi Penggunaan *E - Commerce* dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Denpasar

Kadek Krisna Diva Antara^{1*}, Gede Crisna Wijaya²

^{1,2} Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Indonesia

E-mail: divaantara99@gmail.com^{1*}, crisna.wijaya@unud.ac.id²

*Penulis Korespondensi: divaantara99@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the food and beverage sector play a strategic role in supporting the economy of Denpasar City. However, the increasingly competitive business environment requires entrepreneurs to adapt to digital technological advancements in order to sustain their businesses. This study aims to analyze the effects of e-commerce usage and digital literacy on MSME sustainability, as well as to examine the mediating role of self-efficacy. This research employed a quantitative approach with a causal associative design. The sample consisted of 99 food and beverage MSME owners in Denpasar City, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The findings reveal that e-commerce usage, digital literacy, and self-efficacy have positive and significant effects on MSME sustainability. Furthermore, e-commerce usage and digital literacy were found to positively and significantly influence self-efficacy. Self-efficacy also significantly mediates the relationship between e-commerce usage, digital literacy, and MSME sustainability. These findings indicate that MSME sustainability is determined not only by the adoption of digital technology and digital literacy capabilities but also by entrepreneurs' confidence in their ability to effectively manage and utilize technology. Therefore, strengthening digital competencies and enhancing self-efficacy are essential factors in supporting MSME sustainability in the digital economy era.*

Keywords: Digital Literacy; E-Commerce Usage; Food MSMEs; MSME Sustainability; Self-Efficacy.

Abstrak. *UMKM sektor makanan dan minuman memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian Kota Denpasar, namun tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital guna menjaga keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan e-commerce dan literasi digital terhadap keberlanjutan UMKM, serta menguji peran self-efficacy sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 99 pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Denpasar yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce, literasi digital, dan self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Penggunaan e-commerce dan literasi digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap self-efficacy. Selain itu, self-efficacy mampu memediasi secara signifikan hubungan antara penggunaan e-commerce dan literasi digital terhadap keberlanjutan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi digital dan kemampuan literasi digital, tetapi juga oleh keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuannya dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi secara efektif. Oleh karena itu, penguatan kompetensi digital dan peningkatan self-efficacy menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital.*

Kata Kunci: Efikasi Diri; Keberlanjutan UMKM; Literasi Digital; Penggunaan E-Commerce; UMKM Bidang Makanan.

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator penting kemajuan suatu negara karena mencerminkan kemampuan meningkatkan aktivitas produksi, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat (Magdalena Liur & Sinaga, 2025; Li, 2024). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kekuatan sektor produktif, terutama UMKM, yang menjadi tulang punggung perekonomian melalui kontribusinya

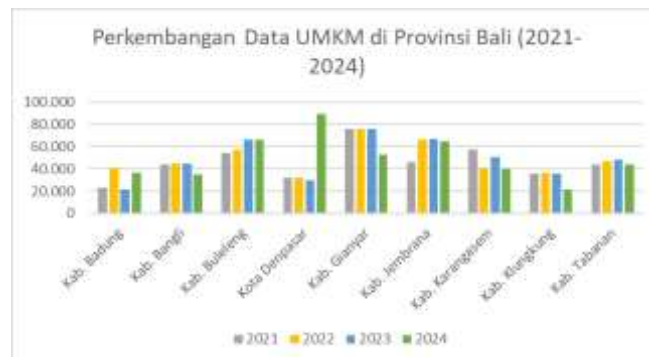
terhadap aktivitas produksi, konsumsi, dan distribusi di berbagai sektor usaha (Shohibboniawan Wahyudi et al., 2024; Raja et al., 2023). Kontribusi UMKM yang mencapai lebih dari 60% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja menunjukkan perannya yang strategis dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (UKM Indonesia, 2023; Deby et al., 2024).



Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha Tahun 2024

Sumber : Kementerian UMKM, 2024

Berdasarkan Gambar 1, sektor perdagangan dan reparasi merupakan sektor dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia, diikuti oleh sektor akomodasi serta makanan dan minuman, yang menunjukkan peran strategis kedua sektor tersebut dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat dan pemenuhan kebutuhan konsumsi (Astuty, 2023; Hussain, 2022). Sub sektor makanan dan minuman memiliki posisi penting karena didukung oleh permintaan yang relatif stabil, sehingga berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan keberlangsungan ekonomi daerah, termasuk saat terjadi fluktuasi ekonomi (B. Arifin et al., 2019; A. R. Putri & Husna, 2024). Di Bali, perkembangan UMKM pada subsektor ini sangat dipengaruhi oleh dinamika pariwisata, dan pemulihan ekonomi pascapandemi yang ditandai dengan meningkatnya jumlah UMKM menunjukkan peran penting sektor tersebut dalam memperkuat ketahanan serta pertumbuhan ekonomi daerah (Manik & Kesumadewi, 2023; Carina et al., 2023).



Gambar 1. Perkembangan Data UMKM antar kabupaten dan Kota di Provinsi Bali.

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Bali, 2021 – 2024

Jumlah UMKM di Bali meningkat dari 412.265 unit pada tahun 2021 menjadi 448.434 unit pada tahun 2024, dengan Kota Denpasar mencatat pertumbuhan paling signifikan dari 32.224 unit menjadi 89.136 unit, sehingga menjadi pusat UMKM terbesar di Bali (Subawa et al., 2022). Peningkatan jumlah UMKM tersebut berkontribusi terhadap penguatan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kapasitas produksi, serta berkembangnya aktivitas perdagangan dan konsumsi masyarakat (Suamba & Dewi, 2025; Purbadharmaja & Widanta, 2023). Dinamika pertumbuhan yang tidak merata antarwilayah menunjukkan bahwa Denpasar memiliki keunggulan sebagai pusat aktivitas ekonomi, didukung oleh tingginya mobilitas penduduk, kepadatan wilayah, dan ketersediaan infrastruktur yang mendorong perkembangan usaha secara lebih intensif (Putri & Sukadana, 2022).



Gambar 2. Jumlah UMKM Berdasarkan Bidang di Kota Denpasar Tahun 2021–2024

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah kota Denpasar, 2021 - 2024

Berdasarkan data UMKM Kota Denpasar periode 2021–2024, subsektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling dominan dengan jumlah 10.971 unit usaha pada tahun 2024, jauh melampaui subsektor lainnya. Dominasi ini menunjukkan bahwa perekonomian perkotaan Denpasar sangat ditopang oleh aktivitas konsumsi masyarakat yang tinggi, sehingga sektor kuliner memiliki peluang pertumbuhan yang besar. Namun, tingginya jumlah pelaku usaha juga meningkatkan intensitas persaingan, sehingga keberlanjutan usaha menjadi tantangan utama bagi UMKM. Dalam konteks ini, keberlanjutan usaha tidak hanya diukur dari kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga dari kemampuan pelaku usaha mempertahankan operasional, beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta merespons perkembangan teknologi secara berkelanjutan.

Perkembangan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM kuliner untuk menjaga keberlanjutan usaha melalui perluasan pasar, peningkatan efisiensi pemasaran, dan kemudahan interaksi dengan konsumen. Namun,

efektivitas pemanfaatan e-commerce sangat dipengaruhi oleh literasi digital dan self-efficacy pelaku usaha. Literasi digital memungkinkan pelaku UMKM memahami, mengelola, dan memanfaatkan teknologi secara optimal, sedangkan self-efficacy mendorong keyakinan diri dalam mengadopsi serta mempertahankan penggunaan teknologi tersebut. Berbagai penelitian dan hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kemampuan dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi adaptasi menghadapi persaingan yang semakin dinamis

Dalam jangka panjang, keyakinan diri tersebut berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM yang memiliki kepercayaan diri cenderung tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan dalam pemanfaatan teknologi, melainkan berusaha menyesuaikan diri dan mencari solusi agar usaha tetap berjalan (Subawa et al., 2022). Sikap ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjaga kelancaran operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui pemanfaatan teknologi digital secara konsisten.

Dengan demikian, *self-efficacy* diposisikan sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan bagaimana penggunaan *e-commerce* dan literasi digital dapat memengaruhi keberlanjutan usaha UMKM melalui keyakinan diri pelaku usaha. *Self-efficacy* menjadi mekanisme penting yang menghubungkan faktor teknologi dan kapabilitas individu dengan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Berdasarkan uraian mengenai keberlanjutan usaha UMKM, penggunaan *e-commerce*, literasi digital, dan peran *self-efficacy*, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Denpasar tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan dan keyakinan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara konsisten. Meskipun pemanfaatan *e-commerce* semakin meluas, kenyataannya tidak semua UMKM mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang.

Sejumlah penelitian terdahulu lebih banyak menekankan adopsi teknologi sebagai faktor penentu keberhasilan usaha, namun belum secara komprehensif menjelaskan bagaimana literasi digital memengaruhi efektivitas penggunaan *e-commerce* terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Selain itu, peran *self-efficacy* sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani hubungan antara penggunaan *e-commerce* dan literasi digital terhadap keberlanjutan usaha masih relatif terbatas dikaji, khususnya pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu ditelaah lebih

lanjut melalui pendekatan mediasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai mekanisme adaptasi dan ketahanan UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi perkotaan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dan analisis deskriptif untuk menguji pengaruh penggunaan e-commerce dan literasi digital terhadap keberlanjutan UMKM makanan dan minuman di Kota Denpasar, baik secara langsung maupun melalui self-efficacy sebagai variabel mediasi. Kota Denpasar dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan pusat aktivitas ekonomi di Bali dan memiliki jumlah UMKM kuliner tertinggi, yaitu sebanyak 10.971 unit berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Denpasar Tahun 2024. Variabel penelitian terdiri atas penggunaan e-commerce (X1) dan literasi digital (X2) sebagai variabel independen, self-efficacy (M) sebagai variabel mediasi, serta keberlanjutan UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Pengukuran seluruh variabel dilakukan menggunakan skala Likert 1–4 berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sesuai dengan konsep masing-masing variabel (Sugiyono, 2023).

Populasi penelitian adalah seluruh UMKM makanan dan minuman yang terdaftar di Kota Denpasar sebanyak 10.971 unit. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen sehingga diperoleh 99 responden yang didistribusikan secara proporsional pada empat kecamatan di Kota Denpasar. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria UMKM bergerak di sektor makanan dan minuman, telah beroperasi minimal satu tahun, berdomisili di Kota Denpasar, serta memanfaatkan e-commerce atau platform digital dalam kegiatan usahanya. Data penelitian terdiri atas data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, wawancara terstruktur, serta didukung oleh data sekunder yang berasal dari berbagai dokumen dan laporan terkait UMKM (Sugiyono, 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis jalur (path analysis), evaluasi outer model melalui pengujian convergent validity, discriminant validity, composite reliability, average variance extracted (AVE), dan Cronbach's Alpha, serta evaluasi inner model melalui pengujian R-square, effect size (f^2), dan predictive relevance (Q^2). Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistics $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$, sedangkan pengujian efek mediasi digunakan untuk menentukan peran self-efficacy sebagai

full mediation, partial mediation, atau tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara penggunaan e-commerce, literasi digital, dan keberlanjutan UMKM (Setiabudhi et al., 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Statistik Mengenai Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, mayoritas pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar berjenis kelamin laki-laki sebanyak 52 orang (52,5%), sedangkan perempuan berjumlah 47 orang (47,5%), yang menunjukkan bahwa sektor ini relatif terbuka bagi seluruh kalangan tanpa memandang jenis kelamin. Dari sisi usia, responden didominasi kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 35 orang (35,4%) dan 41–50 tahun sebanyak 30 orang (30,3%), dengan rata-rata usia 38,8 tahun, sehingga mencerminkan dominasi pelaku usaha pada usia produktif yang telah memiliki pengalaman usaha sekaligus kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK sebanyak 62 orang (62,6%), diikuti Sarjana (S1) sebanyak 34 orang (34,3%) dan Diploma sebanyak 3 orang (3%), yang menunjukkan bahwa kemampuan pemanfaatan teknologi tidak hanya ditentukan oleh pendidikan formal, tetapi juga dapat diperoleh melalui pengalaman praktis. Ditinjau dari lama usaha, sebagian besar responden telah menjalankan usaha selama 3–5 tahun (30,3%) dan 6–10 tahun (29,3%), yang mencerminkan keberagaman tingkat pengalaman usaha, mulai dari usaha yang baru berkembang hingga yang telah mapan. Sementara itu, berdasarkan rata-rata omzet per bulan, mayoritas responden memperoleh omzet di atas Rp50 juta sebanyak 40 orang (40,4%), diikuti omzet Rp30–40 juta sebanyak 27 orang (27,3%), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM berada pada tahap pertumbuhan yang relatif stabil dan memiliki potensi pengembangan usaha yang baik.

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, seluruh indikator pada variabel Penggunaan E-Commerce (X1), Literasi Digital (X2), Self-Efficacy (M), dan Keberlanjutan UMKM (Y) memperoleh nilai rata-rata dalam kategori baik, dengan rentang mean antara 3,101 hingga 3,323. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar telah memiliki tingkat pemanfaatan e-commerce, kemampuan literasi digital, dan keyakinan diri yang baik dalam menjalankan usaha, yang selanjutnya tercermin pada kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan berkembang secara berkelanjutan. Mayoritas responden cenderung memberikan jawaban setuju hingga sangat setuju terhadap seluruh pernyataan dalam kuesioner, yang mengindikasikan persepsi positif terhadap variabel-

variabel yang diteliti. Selain itu, seluruh indikator memiliki nilai skewness negatif, yang menunjukkan bahwa distribusi jawaban terkonsentrasi pada kategori penilaian yang tinggi, sehingga memperkuat temuan bahwa penggunaan e-commerce, literasi digital, self-efficacy, dan keberlanjutan UMKM telah diterapkan dan dirasakan dengan baik oleh pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Indikator	Konstruk	Outer Loading	Nilai Minimum	Keterangan
X1.1	Penggunaan E-Commerce (X1)	0.838	0.30	Valid
X1.2		0.815	0.30	Valid
X1.3		0.850	0.30	Valid
X1.4		0.802	0.30	Valid
X1.5		0.809	0.30	Valid
X2.1	Literasi Digital (X2)	0.818	0.30	Valid
X2.2		0.901	0.30	Valid
X2.3		0.853	0.30	Valid
X2.4		0.834	0.30	Valid
X2.5		0.724	0.30	Valid
Y1.1	Keberlanjutan (Y)	0.855	0.30	Valid
Y1.2		0.883	0.30	Valid
Y1.3		0.852	0.30	Valid
Y1.4		0.806	0.30	Valid
Y1.5		0.772	0.30	Valid
M1.1	Self-Efficacy (M)	0.776	0.30	Valid
M1.2		0.835	0.30	Valid
M1.3		0.843	0.30	Valid
M1.4		0.886	0.30	Valid
M1.5		0.755	0.30	Valid

Sumber: Data Primer, diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1 seluruh indikator pada keempat konstruk memperoleh nilai *Outer Loading* diatas 0.30, dengan rentang nilai antara 0.724 hingga 0.901. Nilai tertinggi diperoleh indikator X2.2 sebesar 0.901, sementara nilai terendah diperoleh indikator X2.5 sebesar 0,724. Oleh karena itu, seluruh indikator dinyatakan valid dan memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Konstruk	Cronbach's Alpha	Nilai Minimum	Keterangan
Penggunaan E-Commerce (X1)	0.881	0.70	Reliabel
Literasi Digital (X2)	0.878	0.70	Reliabel
Keberlanjutan UMKM (Y)	0.891	0.70	Reliabel
Self-Efficacy (M)	0.884	0.70	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 2. seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi batas minimum 0.70. Konstruk Penggunaan *E-Commerce* (X1) memperoleh nilai 0.881, Literasi Digital (X2) sebesar 0.878, Keberlanjutan UMKM (Y) sebesar 0.891, dan *Self-Efficacy* (M) sebesar 0.884. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengujian model struktural.

Deskripsi Jawaban Responden

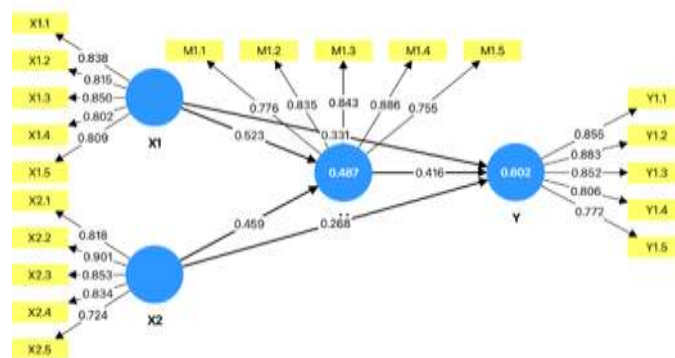
Berdasarkan deskripsi jawaban responden yang diukur menggunakan skala Likert 1–4, seluruh variabel penelitian memperoleh nilai rata-rata dalam kategori baik. Variabel Penggunaan *E-Commerce* memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,19 yang menunjukkan bahwa responden menilai penggunaan e-commerce telah mendukung aktivitas usaha secara efektif, dengan skor tertinggi pada kemudahan dan stabilitas sistem *e-commerce* (3,29) serta skor terendah pada kemudahan memahami informasi yang dihasilkan sistem (3,12). Variabel Literasi Digital memperoleh rata-rata sebesar 3,20 yang mengindikasikan kemampuan responden dalam memanfaatkan teknologi digital berada pada kategori baik, dengan skor tertinggi pada kemampuan mencari, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital (3,30), sedangkan skor terendah terdapat pada kemampuan memanfaatkan platform *e-commerce* secara efektif sebagai sarana penjualan dan distribusi produk (3,10). Sementara itu, variabel *Self-Efficacy* memperoleh rata-rata sebesar 3,23, yang menunjukkan tingkat keyakinan diri responden yang baik dalam menjalankan usaha. Skor tertinggi terdapat pada keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menjalankan usaha dan mencapai target yang ditetapkan (3,32), sedangkan skor terendah terdapat pada motivasi untuk terus menjalankan dan mengembangkan usaha di tengah tekanan dan ketidakpastian (3,17).

Variabel Keberlanjutan Usaha memperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3,24 dan menjadi variabel dengan nilai rata-rata tertinggi dibandingkan variabel lainnya, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai usahanya mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Skor tertinggi terdapat pada indikator daya saing usaha melalui

keunggulan harga, kualitas, pelayanan, atau inovasi produk (3,31), sedangkan skor terendah terdapat pada kemampuan menjaga standar mutu dan kualitas produk secara konsisten (3,15). Secara keseluruhan, seluruh variabel menunjukkan penilaian yang positif dari responden dengan nilai rata-rata berada pada rentang 3,19–3,24, yang mengindikasikan bahwa pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar telah memiliki tingkat penggunaan *e-commerce*, literasi digital, *self-efficacy*, dan keberlanjutan usaha yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital yang didukung oleh keyakinan diri yang kuat telah menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan dan daya saing UMKM di tengah dinamika lingkungan bisnis yang terus berkembang.

Evaluasi Model

Outer Model



Gambar 4. Hasil Uji Outer Model.

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Convergent Validity (Validitas Konvergen)

Tabel 3. Hasil Uji Convergent Validity (Outer Loadings).

Indikator	Konstruk	Outer Loading	Nilai Min.	Keterangan
X1.1	Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X1)	0.838	0.700	Valid
X1.2		0.815	0.700	Valid
X1.3		0.850	0.700	Valid
X1.4		0.802	0.700	Valid
X1.5		0.809	0.700	Valid
X2.1	Literasi Digital (X2)	0.818	0.700	Valid
X2.2		0.901	0.700	Valid
X2.3		0.853	0.700	Valid
X2.4		0.834	0.700	Valid
X2.5		0.724	0.700	Valid
Y1.1	Keberlanjutan UMKM (Y)	0.855	0.700	Valid
Y1.2		0.883	0.700	Valid

Y1.3		0.852	0.700	Valid
Y1.4		0.806	0.700	Valid
Y1.5		0.772	0.700	Valid
M1.1	Self-Efficacy (M)	0.776	0.700	Valid
M1.2		0.835	0.700	Valid
M1.3		0.843	0.700	Valid
M1.4		0.886	0.700	Valid
M1.5		0.755	0.700	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh indikator dari keempat konstruk penelitian menunjukkan nilai outer loading di atas 0,700. Konstruk Penggunaan *E-Commerce* (X1) memiliki outer loading berkisar antara 0,802 hingga 0,850, konstruk Literasi Digital (X2) berkisar antara 0,724 hingga 0,901, konstruk Keberlanjutan UMKM (Y) berkisar antara 0,772 hingga 0,883, dan konstruk *Self-Efficacy* (M) berkisar antara 0,755 hingga 0,886. Dengan demikian, seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Tabel 4. Kriteria Fornell-Larcker (Diagonal = Akar Kuadrat AVE).

Konstruk	X1 (<i>E-Commerce</i>)	(<i>E-Commerce</i>)	X2 (Literasi Digital)	(Literasi Digital)	Y (Keberlanjutan)	M (<i>Self-Efficacy</i>)
X1 (Penggunaan <i>E-Commerce</i>)	0.823		-		-	-
X2 (Literasi Digital)	0.006		0.828		-	-
Y (Keberlanjutan)	0.551		0.462		0.834	-
M (<i>Self-Efficacy</i>)	0.525		0.462		0.713	0.820

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4, nilai diagonal (akar kuadrat AVE) masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan korelasi dengan konstruk lainnya. Akar kuadrat AVE X1 sebesar 0,823, X2 sebesar 0,828, Y sebesar 0,834, dan M sebesar 0,820. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk lebih baik menjelaskan indikatornya sendiri dibandingkan konstruk lain, sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 5. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).

Hubungan Konstruk	X1	X2	Y	M
X1 (Penggunaan <i>E-Commerce</i>)	-	-	-	-
X2 (Literasi Digital)	0.093	-	-	-
Y (Keberlanjutan)	0.609	0.511	-	-
M (<i>Self-Efficacy</i>)	0.587	0.525	0.798	-

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,90. Nilai HTMT tertinggi adalah antara *Self-Efficacy* (M) dan Keberlanjutan UMKM (Y) sebesar 0,798, yang masih berada di bawah batas kritis. Dengan demikian, validitas diskriminan model penelitian ini dinyatakan memadai.

Composite Reliability

Composite Reliability (CR) digunakan untuk mengukur konsistensi internal suatu konstruk. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai CR (ρ_c) $\geq 0,700$ (Hair et al., 2019). SmartPLS 4 menyajikan dua jenis CR yaitu CR (ρ_a) dan CR (ρ_c).

Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) mengukur rata-rata varians yang dapat dijelaskan oleh konstruk dari indikator-indikatornya. Nilai AVE yang memenuhi syarat adalah $\geq 0,500$ (Fornell & Larcker, 1981), yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruksinya.

Cronbach's Alpha

Tabel 6. Composite Reliability, AVE, dan Cronbach's Alpha.

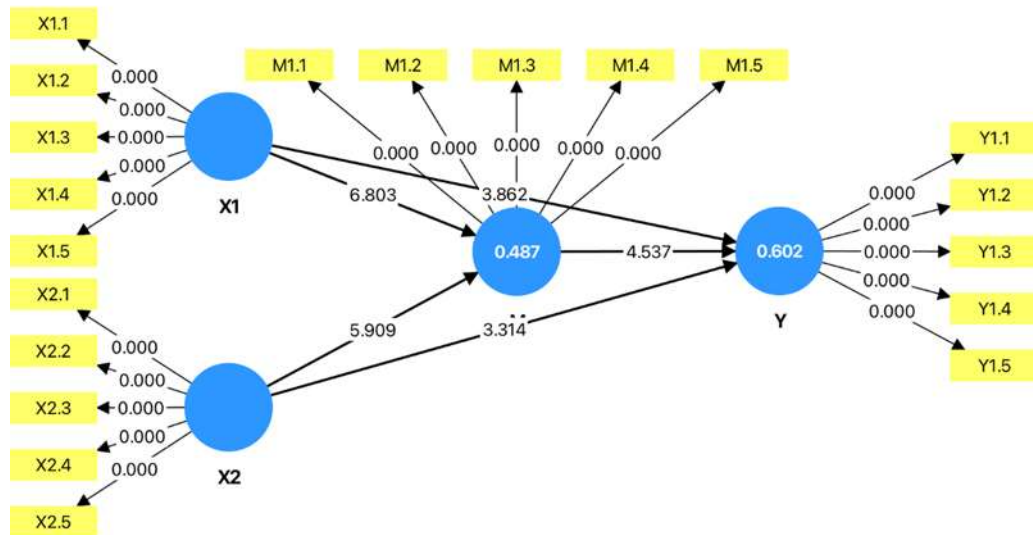
Konstruk		Cronbach's Alpha	CR (ρ_a)	CR (ρ_c)	AVE
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X1)		0.881	0.885	0.913	0.677
Literasi Digital (X2)		0.884	0.892	0.916	0.685
Keberlanjutan UMKM (Y)		0.891	0.901	0.920	0.696
<i>Self-Efficacy</i> (M)		0.878	0.886	0.911	0.673

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 6, seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha yang berkisar antara 0,878 hingga 0,891, nilai CR (ρ_a) antara 0,885 hingga 0,901, dan nilai CR (ρ_c) antara 0,911 hingga 0,920, yang semuanya telah melebihi ambang batas 0,700. Selain itu, nilai AVE seluruh konstruk berkisar antara 0,673 hingga 0,696, yang melebihi batas minimum 0,500. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas dan validitas yang baik.

Inner Model

Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menilai kemampuan prediktif model secara keseluruhan. Evaluasi ini mencakup pengujian koefisien determinasi (R^2), ukuran efek (f^2), dan relevansi prediktif (Q^2).



Gambar 5. Hasil Uji *Inner Model*.

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Koefisien Determinasi (R-Square)

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R-Square).

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Keberlanjutan UMKM (Y)	0.602	0.590	Kuat
Self-Efficacy (M)	0.487	0.476	Sedang

Sumber: Output SmartPLS 4 (diolah), 2026

Berdasarkan Tabel 7, nilai R^2 untuk variabel Keberlanjutan UMKM (Y) sebesar 0,602 (R^2 adjusted = 0,590), yang berarti variabel Penggunaan *E-Commerce* (X1), Literasi Digital (X2), dan *Self-Efficacy* (M) secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 60,2% varians variabel Keberlanjutan UMKM. Nilai R^2 tersebut tergolong dalam kategori kuat, menandakan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap keberlanjutan UMKM.

Adapun nilai R^2 untuk variabel *Self-Efficacy* (M) sebesar 0,487 (R^2 adjusted = 0,476), yang berarti variabel Penggunaan *E-Commerce* (X1) dan Literasi Digital (X2) mampu menjelaskan sebesar 48,7% varians variabel *Self-Efficacy*. Nilai ini tergolong dalam kategori sedang, menunjukkan bahwa model cukup baik dalam memprediksi *Self-Efficacy* pelaku UMKM.

Ukuran Efek (f-Square)

Tabel 8. Effect Size (f-Square).

Jalur (Path)	f ² (Effect Size)	Threshold	Kategori
X1 → Y (Keberlanjutan)	0.180	≥0.02 Kecil; ≥0.15 Sedang; ≥0.35 Besar	Sedang

$X1 \rightarrow M$ (<i>Self-Efficacy</i>)	0.533	≥ 0.02 Kecil; ≥ 0.15 Sedang; ≥ 0.35 Besar	Besar
$X2 \rightarrow Y$ (Keberlanjutan)	0.128	≥ 0.02 Kecil; ≥ 0.15 Sedang; ≥ 0.35 Besar	Kecil
$X2 \rightarrow M$ (<i>Self-Efficacy</i>)	0.411	≥ 0.02 Kecil; ≥ 0.15 Sedang; ≥ 0.35 Besar	Besar
$M \rightarrow Y$ (Keberlanjutan)	0.223	≥ 0.02 Kecil; ≥ 0.15 Sedang; ≥ 0.35 Besar	Sedang

Sumber: Output SmartPLS 4 (diolah), 2026

Berdasarkan Tabel 8, jalur $X1 \rightarrow M$ dan $X2 \rightarrow M$ memiliki effect size besar ($f^2 = 0,533$ dan $0,411$), menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan literasi digital memiliki kontribusi substansial dalam membentuk *self-efficacy* pelaku UMKM. Jalur $M \rightarrow Y$ memiliki effect size sedang ($f^2 = 0,223$), sedangkan jalur $X1 \rightarrow Y$ memiliki effect size sedang ($f^2 = 0,180$) dan $X2 \rightarrow Y$ tergolong kecil ($f^2 = 0,128$). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh langsung literasi digital terhadap keberlanjutan UMKM lebih efektif melalui jalur tidak langsung via *self-efficacy*.

Relevansi Prediktif (Q^2)

Relevansi prediktif (Q^2) menggunakan prosedur blindfolding untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi nilai observasi. Nilai $Q^2 > 0$ mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif. Dalam penelitian ini, relevansi prediktif diindikasikan dari nilai R^2 yang substansial pada kedua variabel endogen, yaitu Keberlanjutan UMKM ($R^2 = 0,602$) dan *Self-Efficacy* ($R^2 = 0,487$), yang keduanya mengkonfirmasi bahwa model penelitian memiliki relevansi prediktif yang memadai. Nilai SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) model sebesar 0,069 berada di bawah ambang batas 0,10, yang mengindikasikan bahwa model fit penelitian ini tergolong baik dan dapat diterima (Henseler et al., 2015).

Uji Hipotesis dan Uji Efek Mediasi

Pengujian hipotesis dalam PLS-SEM dilakukan menggunakan teknik bootstrapping dengan 5.000 subsampel untuk mendapatkan nilai t-statistik dan p-value yang akurat. Suatu hipotesis diterima apabila nilai t-statistik $> 1,96$ atau p-value $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2019). Hasil uji hipotesis disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Jalur Hipotesis	O	M	STDEV	T-Stat	P-Value	Keputusan
H1: $X1 \rightarrow Y$	0.331	0.332	0.086	3.862	0.000	Signifikan
H2: $X2 \rightarrow Y$	0.268	0.270	0.081	3.314	0.001	Signifikan
H3: $M \rightarrow Y$	0.416	0.413	0.092	4.537	0.000	Signifikan
H4: $X1 \rightarrow M$	0.523	0.525	0.077	6.803	0.000	Signifikan

H5: X2 → M	0.459	0.462	0.078	5.909	0.000	Signifikan
-------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------------------

Keterangan: O = Original Sample; M = Sample Mean; STDEV = Standard Deviation; T-Stat = T-Statistics; Signifikan jika $T > 1,96$ dan $P < 0,05$

Sumber: Output SmartPLS 4 Bootstrapping (diolah), 2026

Uji efek mediasi dilakukan untuk menguji peran *Self-Efficacy* (M) dalam memediasi hubungan antara Penggunaan *E-Commerce* (X1) dan Literasi Digital (X2) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y). Pengujian dilakukan menggunakan teknik bootstrapping melalui uji pengaruh tidak langsung (*specific indirect effects*). Hasil uji mediasi disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Efek Mediasi (Specific Indirect Effects).

Jalur Mediasi	O	M	STDEV	T-Stat	P-Value	Keputusan
X1 → M → Y	0.217	0.217	0.060	3.612	0.000	Signifikan
X2 → M → Y	0.191	0.192	0.057	3.329	0.001	Signifikan

Keterangan: O = Original Sample; M = Sample Mean; STDEV = Standard Deviation; T-Stat = T-Statistics

Sumber: Data Primer, diolah 2026

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, seluruh hubungan antarvariabel yang diuji dalam penelitian ini terbukti positif dan signifikan. Penggunaan *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,331, nilai T-statistik 3,862, dan *p-value* 0,000, sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce* secara konsisten dalam aktivitas bisnisnya. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa kemudahan operasional sistem dan manfaat nyata yang diperoleh menjadi aspek yang paling dirasakan responden. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* mampu meningkatkan omzet penjualan dan jumlah pesanan melalui perluasan jangkauan pasar, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha.

Literasi Digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,268, nilai T-statistik 3,314, dan *p-value* 0,001. Hasil ini mendukung Teori *Human Capital* yang menempatkan pengetahuan dan keterampilan sebagai modal utama dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha. Kemampuan pelaku UMKM dalam mencari, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi digital menjadi faktor penting yang mendukung keberlangsungan usaha. Selain itu,

kemampuan berkomunikasi dan berkolaborasi melalui media digital turut memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin baik literasi digital yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar kemampuannya dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,416, yang merupakan pengaruh langsung terbesar terhadap keberlanjutan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan diri pelaku usaha dalam mengambil keputusan, menghadapi tantangan, dan mencapai target usaha menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi perubahan, berani mengambil keputusan strategis, serta lebih konsisten dalam mengembangkan usahanya. Hasil wawancara memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa keyakinan diri mendorong pelaku usaha untuk lebih aktif memanfaatkan strategi pemasaran digital dan berbagai inovasi yang mendukung pertumbuhan usaha.

Selanjutnya, Penggunaan *E-Commerce* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-Efficacy* dengan koefisien jalur sebesar 0,523, yang merupakan hubungan terkuat dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman positif dalam menggunakan *e-commerce* mampu meningkatkan rasa percaya diri pelaku usaha dalam mengelola teknologi digital. Semakin mudah dan bermanfaat platform *e-commerce* yang digunakan, semakin tinggi pula keyakinan pelaku UMKM terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha berbasis teknologi. Selain itu, Literasi Digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-Efficacy* dengan koefisien jalur sebesar 0,459. Kemampuan memahami teknologi, mengelola informasi digital, serta memanfaatkan media digital secara efektif membantu mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan dan memperkuat kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara mandiri.

Berdasarkan hasil uji mediasi, *Self-Efficacy* terbukti memediasi secara parsial pengaruh Penggunaan *E-Commerce* dan Literasi Digital terhadap Keberlanjutan UMKM. Pengaruh tidak langsung Penggunaan *E-Commerce* terhadap Keberlanjutan UMKM melalui *Self-Efficacy* memiliki koefisien sebesar 0,217 dan signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung Literasi Digital terhadap Keberlanjutan UMKM melalui *Self-Efficacy* memiliki koefisien sebesar 0,191 dan juga signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemanfaatan teknologi dan keterampilan digital tidak hanya berdampak langsung pada keberlanjutan usaha, tetapi juga bekerja melalui peningkatan keyakinan diri pelaku usaha. Dengan demikian, *Self-Efficacy* berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani

pengaruh teknologi dan kapabilitas individu terhadap keberlanjutan UMKM. Hasil ini mengindikasikan bahwa upaya meningkatkan keberlanjutan UMKM perlu dilakukan secara holistik melalui penguatan penggunaan *e-commerce*, peningkatan literasi digital, serta pengembangan *self-efficacy* pelaku usaha melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan motivasi kewirausahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari 99 responden pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Denpasar menggunakan metode Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4, serta mengacu pada rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: a.) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *E-Commerce* (X1), Literasi Digital (X2), dan *Self-Efficacy* (M) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM (Y). Pemanfaatan *e-commerce* yang efektif mampu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha sehingga mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, literasi digital yang baik membantu pelaku UMKM dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi digital untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. *Self-efficacy* juga menjadi faktor penting karena keyakinan diri pelaku usaha dalam mengambil keputusan, menghadapi tantangan, dan mencapai tujuan usaha terbukti meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan;b.) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *E-Commerce* (X1) dan Literasi Digital (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-Efficacy* (M). Pengalaman dalam menggunakan *e-commerce* yang mudah dan memberikan manfaat nyata mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas usaha berbasis digital. Di sisi lain, kemampuan memahami dan menguasai teknologi digital melalui literasi digital yang baik dapat mengurangi hambatan teknis serta meningkatkan keyakinan pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis, sehingga *self-efficacy* semakin kuat;c.) *Self-Efficacy* (M) terbukti memediasi secara parsial pengaruh Penggunaan *E-Commerce* (X1) dan Literasi Digital (X2) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y). Temuan ini menunjukkan bahwa *e-commerce* dan literasi digital tidak hanya berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha, tetapi juga memberikan pengaruh tidak langsung melalui peningkatan keyakinan diri pelaku usaha. Dengan demikian, *self-efficacy* berperan sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk menjaga dan meningkatkan keberlanjutan usahanya.

DAFTAR REFERENSI

- Adnyani, L. (2019). Profil dan determinan kerentanan kemiskinan rumah tangga. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 10(2).
- Alfaraby, A., & Sinambela, L. P. (2025). Human capital development strategies in improving the performance of the general and financial bureaus of the Indonesian Quarantine Agency. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 5(1), 20–26.
- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM: Jumlah dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia*.
- Aprieni., Meilantika, F. R., Sihotang, L., & Rachma, S., F. V. (2024). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 188–193.
- Tanjung, D., & Hasanah, U. (2024). *Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Hamparan Perak*.
- Tasya Jadidah, I., Anisah, N., Zakiyah, A. N., Sari, E. K., Dewi, M., & Putri, S. P. (2023). Pengaruh pola konsumsi masyarakat urban dan dampaknya terhadap lingkungan. *Significant: Journal of Research and Multidisciplinary*, 2(2), 242–251.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson.
- Toni, N., Goh, T. S., Edward, Y. R., & Calen. (2025). Supply chain sustainability and financial performance: The role of e-commerce, digital banking and digital marketing of SMEs. *Economics – Innovative and Economics Research Journal*, 13(1), 487–507.
- Vrontis, D., Chaudhuri, R., & Chatterjee, S. (2022). Adoption of digital technologies by SMEs for sustainability and value creation: Moderating role of entrepreneurial orientation. *Sustainability*, 14(13).
- Wardana, L. W., Ahmad., Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., Rahma, A., Nafisa, A. F., Putri, A. A., & Narmaditya, B. S. (2023). Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*, 9(1).
- Wibowo, I. D. F., & Khan, N. S. (2024). The role of self-efficacy: Entrepreneurial knowledge and attitude toward entrepreneurship to entrepreneurial intention. *Journal of Management and Business Insight*, 2(1), 1–14.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang.
- Widiastuti, C. T., Setiawan, D. F., Sumastuti, E., Ainiyah, M., Saputra, R. D., & Dhani, P. R. (2025). Strategi digital UMKM: Meningkatkan keberlangsungan usaha di era e-commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 5(3), 704–711.
- Widodo, D. S. (2025). Analysis of management support and self-efficacy on business sustainability through employee performance in micro and small businesses in Greater Jakarta. *Annals of Human Resource Management Research*, 5(4), 155–170.
- Widya, A. P., & Iskandar. (2025). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Sumatera Utara. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4.

- Windayani, I., & Budhi, M. (2016). Pengaruh kunjungan wisatawan, tingkat hunian hotel, pengeluaran wisatawan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 6.
- Yose, R. F. (2023). Job creation efforts through empowering micro, small and medium enterprises. *Jurnal Hukum dan Bisnis*, 10(2), 45–52.