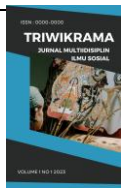
Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PENGARUH LITERASI *DIGITAL PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE*, MODAL SOSIAL, DAN *SELF CONFIDENCE* TERHADAP KINERJA UMK KERAJINAN TAS DI TANGGULANGIN SIDOARJO

Muhammad Rafly Raihan Dimyanto[1], Diana Juni Mulyati[2], Ute Chairuz M. Nasution[3]

[123] Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni, 2026
Revised Juni, 2026
Accepted Juni, 2026
Available online Juni, 2026

mraflyraihand@gmail.com [1], diana@untag-sby.ac.id[2], uthe@untag-sby.ac.id[3]

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

ABSTRAK

Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Indonesia terus mengalami dinamika, salah satunya pada sentra industri kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Perkembangan *platform e-commerce* seperti *Shopee* mendorong pelaku usaha untuk mampu beradaptasi secara digital, sehingga pelaku UMK perlu memiliki literasi digital, modal sosial, dan self confidence agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi *Digital Platform E-Commerce Shopee*, Modal Sosial, dan *Self Confidence* terhadap Kinerja UMK Kerajinan Tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik sampling jenuh (sensus), yaitu teknik ini seluruh pelaku UMK kerajinan tas yang aktif berjualan melalui platform Shopee dan memenuhi kriteria penelitian dijadikan sampel sebanyak 40 pelaku usaha. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner elektronik (Google Form) kepada 40 responden pelaku UMK kerajinan tas. Kuesioner tersebut memuat pernyataan mengenai indikator Literasi Digital, Modal Sosial, *Self Confidence*, dan Kinerja UMK. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi *Digital*, Modal Sosial, dan *Self Confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMK Kerajinan Tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo baik secara parsial maupun simultan, dengan *Self Confidence* yang paling dominan mempengaruhi Kinerja UMK. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mampu memanfaatkan fitur-fitur digital Shopee, memiliki jaringan relasi serta kepercayaan antar pelaku usaha, dan memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri akan lebih mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya.

Kata Kunci: Literasi *Digital*, Modal Sosial, *Self Confidence*, Kinerja UMK

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola aktivitas bisnis dan perilaku konsumen secara signifikan. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran, komunikasi, dan pengelolaan usaha agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Di Indonesia, sektor Usaha Mikro dan Kecil (UMK) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% serta menyerap lebih dari 117 juta tenaga kerja pada tahun 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan dan peningkatan kinerja UMK menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Perkembangan jumlah pelaku UMK dan tenaga kerja industri UMK di Indonesia selama periode 2020–2024 menunjukkan dinamika yang cukup fluktuatif. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertumbuhan Jumlah Pelaku UMK dan Tenaga Kerja Industri UMK di Indonesia Tahun 2020–2024

Tahun	Pelaku UMK	Tenaga Kerja Industri UMK
2020	300.099	2.693.567
2021	206.605	1.804.743
2022	216.359	1.959.837
2023	319.456	2.484.766
2024	306.046	2.745.162

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pelaku UMK mengalami penurunan dari 300.099 unit pada tahun 2020 menjadi 206.605 unit pada tahun 2021. Penurunan tersebut juga diikuti oleh berkurangnya jumlah tenaga kerja dari 2.693.567 orang menjadi 1.804.743 orang. Meskipun terjadi pemulihan pada periode 2022–2024, perkembangan jumlah pelaku usaha masih berfluktuasi. Di sisi lain, jumlah tenaga kerja menunjukkan tren peningkatan hingga mencapai 2.745.162 orang pada tahun 2024. Kondisi ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja UMK tidak hanya ditentukan oleh pertumbuhan jumlah unit usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yang mendukung kemampuan usaha dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Salah satu faktor yang menjadi perhatian adalah literasi digital. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, transaksi, dan pengelolaan usaha secara efektif. Marketplace seperti Shopee menjadi salah satu sarana digital yang banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi daring. Tingginya aktivitas perdagangan melalui *platform digital* menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Penelitian Febrianawati, Puspitasari, dan Hidayat (2023) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.

Selain literasi digital, modal sosial juga berperan penting dalam mendukung keberhasilan usaha. Modal sosial mencerminkan adanya jaringan, kepercayaan, dan hubungan kerja sama yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha untuk memperoleh informasi, memperluas pasar, serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Menurut Purwati et al. (2024), modal sosial berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui penguatan inovasi dan kolaborasi usaha. Dengan demikian, keberadaan modal sosial menjadi sumber daya yang dapat memperkuat daya saing UMK dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah *self confidence* atau kepercayaan diri. Kepercayaan diri mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mengambil keputusan, menghadapi risiko, dan menjalankan aktivitas usaha. Pelaku usaha yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi cenderung lebih berani melakukan inovasi, memanfaatkan teknologi baru, serta mampu bertahan dalam kondisi ketidakpastian bisnis. Penelitian Sibarani, Utama, dan Rafiki (2025) membuktikan bahwa *self confidence* berpengaruh

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM karena mampu meningkatkan motivasi dan keberanian pelaku usaha dalam menghadapi tantangan usaha.

Fenomena tersebut terlihat pada UMK kerajinan tas di Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Tanggulangin dikenal sebagai salah satu sentra industri tas terbesar di Indonesia yang telah berkembang sejak tahun 1970-an. Namun, dalam beberapa tahun terakhir industri ini mengalami penurunan daya saing akibat perubahan perilaku konsumen yang beralih ke transaksi digital. Dari 1.247 unit usaha yang terdaftar, hanya sekitar 25% yang telah memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan masih rendahnya tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha, sehingga berpotensi menghambat peningkatan kinerja usaha di tengah berkembangnya pasar digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMK, khususnya pada sektor kerajinan tas di Tanggulangin. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital, modal sosial, dan *self confidence* terhadap kinerja UMK kerajinan tas Tanggulangin pengguna platform Shopee. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen usaha kecil serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing UMK di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan penelitian asosiatif yang bertujuan menganalisis pengaruh Literasi *Digital Platform E-Commerce* Shopee, Modal Sosial, dan *Self Confidence* terhadap Kinerja UMKM kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Populasi penelitian terdiri atas 312 unit usaha yang secara administratif tercatat memanfaatkan media digital dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan hasil prasurvei lapangan tahun 2025, hanya 40 unit usaha yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu masih aktif beroperasi, aktif melakukan transaksi melalui *platform Shopee*, dan bersedia menjadi responden. Oleh karena itu, teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh (sensus) sehingga seluruh 40 pelaku UMKM dijadikan sampel penelitian. Data yang digunakan merupakan data kuantitatif bersifat *cross-sectional* yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner elektronik (*Google Form*) menggunakan skala Likert 1–5, dengan rentang skor mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi pengukuran. Sumber data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari responden serta data sekunder yang berasal dari laporan pemerintah, jurnal ilmiah, buku, dan berbagai dokumen pendukung yang relevan. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS melalui tahapan uji asumsi klasik yang meliputi uji linearitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda menggunakan model $Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \varepsilon$ untuk menguji pengaruh Literasi *Digital Platform E-Commerce Shopee* (X1), Modal Sosial (X2), dan *Self Confidence* (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja UMKM.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

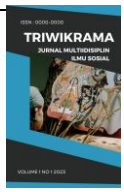
Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1 Saya mampu mengelola akun toko Shopee untuk usaha saya.	0,651	0,312	Valid
X1.2 Saya memahami penggunaan fitur pemasaran di Shopee.	0,764	0,312	Valid
X1.3 Saya mampu menangani pesanan pelanggan melalui Shopee dengan baik.	0,639	0,312	Valid
X1.4 Saya menggunakan data toko Shopee untuk mengevaluasi penjualan usaha.	0,734	0,312	Valid
X2.1 Saya memiliki jaringan relasi yang mendukung perkembangan usaha saya.	0,713	0,312	Valid
X2.2 Saya menjaga hubungan saling percaya dengan relasi usaha saya.	0,688	0,312	Valid
X2.3 Saya aktif bekerja sama dengan komunitas atau pelaku usaha lain.	0,710	0,312	Valid
X2.4 Saya memperoleh informasi peluang pasar dari jaringan udaha yang saya miliki.	0,734	0,312	Valid
X3.1 Saya yakin terhadap keputusan bisnis yang saya ambil.	0,792	0,312	Valid
X3.2 Saya percaya diri menggunakan strategi baru dalam usaha saya.	0,831	0,312	Valid
X3.3 Saya percaya diri menghadapi risiko dalam menjalankan usaha.	0,828	0,312	Valid
X3.4 Saya yakin mampu mencapai target usaha yang telah ditetapkan.	0,690	0,312	Valid
Y.1 Penjualan usaha saya mengalami peningkatan.	0,703	0,312	Valid
Y.2 Jumlah pelanggan usaha saya terus bertambah.	0,717	0,312	Valid
Y.3 Jumlah transaksi pada usaha saya mengalami peningkatan.	0,721	0,312	Valid
Y.4 Tidak ada perubahan dana, maka usaha berjalan lebih efektif dan harga relatif murah sehingga kepuasan pelanggan bisa dicapai.	0,688	0,312	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2, seluruh 16 item pernyataan dari keempat variabel penelitian (X1, X2, X3, dan Y) menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,312) dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai r hitung tertinggi diperoleh pada item X32 (r = 0,831) dan terendah pada item X13 (r = 0,639). Hal ini berarti seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Standar	Keterangan
Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee (X1)	0,648	> 0,60	Reliabel
Modal Sosial (X2)	0,672	> 0,60	Reliabel
Self Confidence (X3)	0,790	> 0,60	Reliabel
Kinerja UMK (Y)	0,664	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60. Nilai alpha tertinggi diperoleh variabel *Self Confidence* (α = 0,790), diikuti Modal Sosial (α = 0,672), Kinerja UMK (α = 0,664), dan Literasi Digital (α = 0,648). Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen yang digunakan memiliki hubungan yangg linear atau tidak. Variabel dikatakan memiliki hubungan linear apabila nilai signifikasi pada *Deviation From Linearity* > 0,05. Berikut hasil uji linearitas dengan menggunakan program SPSS versi 25:

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas Variabel X1

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY * TOTALX1	Between Groups	(Combined)	37.875	8	4.734	1.078	.403
		Linearity	27.835	1	27.835	6.339	.017
		Deviation from Linearity	10.040	7	1.434	.327	.936
	Within Groups		136.125	31	4.391		
	Total		174.000	39			

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji linearitas pada Anova Table variabel *Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee* (X1) dengan Kinerja UMK (Y) memperoleh nilai *Deviation From Linearity* yang diperoleh sebesar 0,936, nilai tersebut melebihi 0,05. Hasil pengujian linearitas variabel Kemampuan Inovasi dan Keberhasilan Usaha terdapat hubungan linear.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Variabel X2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY * TOTALX2	Between Groups	(Combined)	77.967	9	8.663	2.706	.020
		Linearity	50.161	1	50.161	15.670	.000
		Deviation from Linearity	27.806	8	3.476	1.086	.399
	Within Groups		96.033	30	3.201		
	Total		174.000	39			

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji linearitas pada *Anova Table* variabel Modal Sosial (X2) dengan Kinerja UMK (Y) memperoleh nilai *Deviation From Linearity* yang diperoleh sebesar 0,399, nilai tersebut melebihi 0,05. Hasil pengujian linearitas variabel Kemampuan Inovasi dan Keberhasilan Usaha terdapat hubungan linear.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Tabel 6. Hasil Linearitas Variabel X3

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY * TOTALX3	Between Groups	(Combined)	76.258	11	6.933	1.986	.070
		Linearity	51.290	1	51.290	14.693	.001
		Deviation from Linearity	24.969	10	2.497	.715	.703
	Within Groups		97.742	28	3.491		
	Total		174.000	39			

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji linearitas pada Anova Table *variabel Self Confidence* (X3) dengan Kinerja UMK (Y) memperoleh nilai *Deviation From Linearity* yang diperoleh sebesar 0,703, nilai tersebut melebihi 0,05. Hasil pengujian linearitas variabel Kemampuan Inovasi dan Keberhasilan Usaha terdapat hubungan linear.

2. Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
TOTALX1	.165	40	.008	.949	40	.068
TOTALX2	.112	40	.200*	.954	40	.105
TOTALX3	.153	40	.019	.954	40	.105
TOTALY	.119	40	.164	.973	40	.442

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji normalitas pada *tabel Tests of Normality* menggunakan metode *Shapiro-Wilk* menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memperoleh nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu variabel *Literasi Digital* (X1) sebesar 0,068, Modal Sosial (X2) sebesar 0,105, *Self Confidence* (X3) sebesar 0,105, dan Kinerja UMK (Y) sebesar 0,442.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.412	2.037		.202	.841		
	TOTALX1	.344	.101	.351	3.419	.002	.992	1.008
	TOTALX2	.379	.092	.430	4.133	.000	.966	1.035
	TOTALX3	.356	.079	.465	4.488	.000	.973	1.027

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance mendekati 1,000 (X1 = 0,992; X2 = 0,966; X3 = 0,973) dan nilai VIF mendekati 1,000 (X1 = 1,008; X2 = 1,035; X3 = 1,027). Nilai VIF yang sangat rendah dan jauh di bawah batas kritis 10

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan di antara ketiga variabel independen.

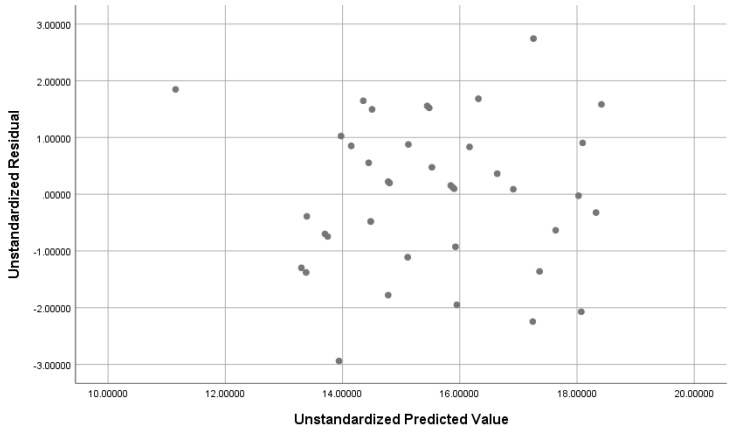
4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Statistik Uji	Nilai	Sig. (p-value)	Keterangan
LM Statistic (n × R^2 residual)	4,880	0,192	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Breusch-Pagan-Godfrey* memperoleh nilai LM statistic sebesar 4,880 yang diperoleh dari n × R^2 = 40 × 0,122. Nilai signifikansi (Sig.) pada tabel ANOVA sebesar 0,192 > 0,05, sehingga H_0 gagal ditolak. Dengan demikian, tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi dan varians residual bersifat homogen. Selain itu uji Heteroskedastisitas juga diuji melalui Grafik Gambar Scatterplot, dengan hasil data sebagai berikut ini.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan grafik Scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y (Unstandardized Residual) dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga varians residual bersifat homogen pada seluruh pengamatan.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.412	2.037		.202	.841
	TOTALX1	.344	.101	.351	3.419	.002
	TOTALX2	.379	.092	.430	4.133	.000
	TOTALX3	.356	.079	.465	4.488	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Berdasarkan Tabel 4.18, persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah:

$$Y = 0{,}412 + 0{,}344X_1 + 0{,}379X_2 + 0{,}356X_3$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,412 menunjukkan bahwa Kinerja UMK bernilai 0,412 apabila Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee, Modal Sosial, dan Self Confidence dianggap konstan atau bernilai nol.
2. Koefisien Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee (X_1) sebesar 0,344 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Literasi Digital akan meningkatkan Kinerja UMK sebesar 0,344 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien Modal Sosial (X_2) sebesar 0,379 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Modal Sosial akan meningkatkan Kinerja UMK sebesar 0,379 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien Self Confidence (X_3) sebesar 0,356 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Self Confidence akan meningkatkan Kinerja UMK sebesar 0,356 dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Seluruh koefisien bernilai positif, sehingga Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee, Modal Sosial, dan Self Confidence berpengaruh positif terhadap Kinerja UMK. Variabel yang paling dominan adalah Modal Sosial (0,379).

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.412	2.037		.202	.841
	TOTALX1	.344	.101	.351	3.419	.002
	TOTALX2	.379	.092	.430	4.133	.000
	TOTALX3	.356	.079	.465	4.488	.000

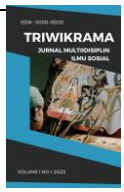
a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Hasil uji t (parsial) pada tabel di atas, berikut penentuan yang dilakukan untuk menetapkan nilai t:

1. Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,419 > 2,028 dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.
2. Modal Sosial (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,133 > 2,028 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Modal Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.
3. Self Confidence (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 4,488 > 2,028 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Self Confidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.
4. Berdasarkan nilai t hitung, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kinerja UMK adalah Self Confidence (4,488), diikuti Modal Sosial (4,133) dan Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee (3,419).

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 2, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



2. Uji F (Simultan)

Tabel 12. Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108.521	3	36.174	19.888	.000[b]
	Residual	65.479	36	1.819		
	Total	174.000	39			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Dalam penelitian ini, hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai F hitung sebesar 19,888 > nilai F tabel 2,866, yang menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee, Modal Sosial, dan Self Confidence berpengaruh terhadap Kinerja UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.

3. Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790[a]	.624	.592	1.349

a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2

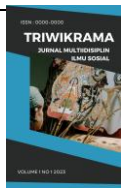
b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 13, diperoleh nilai R Square sebesar 0,624 dan Adjusted R^2 sebesar 0,592, yang menunjukkan bahwa 59,2% variasi Kinerja UMK dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Digital, Modal Sosial, dan Self Confidence. Sementara itu, 40,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan variasi Kinerja UMK, sehingga ketiga variabel independen yang digunakan merupakan faktor yang relevan dalam meningkatkan kinerja UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pelaku UMK kerajinan tas di Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee, Modal Sosial, dan Self Confidence secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMK. Literasi Digital Platform E-Commerce Shopee terbukti meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola toko, memanfaatkan fitur pemasaran, dan mengoptimalkan penjualan sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Modal Sosial juga memberikan pengaruh positif yang kuat melalui jaringan, kepercayaan, kerja sama, serta akses informasi yang mendukung perkembangan usaha. Sementara itu, Self Confidence menjadi variabel yang memiliki pengaruh parsial paling dominan terhadap kinerja UMK, menunjukkan bahwa kepercayaan diri pelaku usaha berperan penting dalam pengambilan keputusan, keberanian berinovasi, dan kemampuan menghadapi



persaingan bisnis. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 59,2% variasi Kinerja UMK, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan temuan tersebut, pelaku UMK disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan fitur digital Shopee, memperkuat jaringan dan kerja sama usaha, serta mengembangkan kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis. Pemerintah daerah diharapkan dapat mendukung melalui program pelatihan digital, pendampingan usaha, dan penguatan komunitas UMK. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti akses permodalan, inovasi produk, kualitas layanan, dan dukungan pemerintah serta memperluas cakupan wilayah dan objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENSI

Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.

Ascarya. (2006). Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktik di Beberapa Negara. Jakarta: Bank Indonesia.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Fundamentals of Financial Management. Boston: Cengage Learning.

Dewi, S., & Firdaus, R. (2024). Pengaruh Pembiayaan Akad Musyarakah terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi, 1, 66–72. https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i6.601

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). Basic Econometrics. New York: McGraw-Hill.

Hull, J. C. (2018). Risk Management and Financial Institutions. New Jersey: John Wiley & Sons.

Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice. Singapore: John Wiley & Sons.

Mishkin, F. S. (2022). The Economics of Money, Banking, and Financial Markets. New York: Pearson Education.

Mutamimah, M., & Saputri, P. L. (2023). Corporate Governance and Financing Risk in Islamic Banks in Indonesia. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 14(3), 436–450. https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0268

Nalta, S., Wijaya, I., & Al Amin, H. (2019). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah terhadap Return on Equity pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia.

Sudarsono, H. (2017). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. Economica: Jurnal Ekonomi Islam, 8(2), 175–203. https://doi.org/10.21580/economica.2017.8.2.1702

Syahrizal, M. M., & Malik, Z. A. (2024). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah terhadap Profitabilitas Bank BJB Syariah Periode 2018–2022. Jurnal Riset Perbankan Syariah, 3(1), 9–18. https://doi.org/10.29313/jrps.v3i1.3716

Trad, N., Trabelsi, M. A., & Goux, J. F. (2017). Risk and Profitability of Islamic Banks: A Religious Deception or an Alternative Solution? European Research on Management and Business Economics, 23(1), 40–45. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2016.09.001

Yani, E., & Nur, M. M. (2020). Analisis Pengaruh Pembiayaan Musyarakah terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia. Journal Ekonomika Indonesia, 10.

Zuhaili, W. A. (2011). Fiqih Islam wa Adillatuhu. Damaskus: Dar al-Fikr.