
Pengaruh Literasi Digital, Karakter Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Berwirausaha

Nara Pangihutan Saragih^{1*}, Najibah Annisa², Dea Riskyalina Simamora³, Gey Des Four Munte⁴, Andi Taufiq Umar⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Medan

Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Medan, Sumatera Utara

*Korespondensi penulis: narasaragih95@gmail.com

Abstract: *This study centers on examining the impact of digital literacy, entrepreneurial characteristics, and competitive advantage on entrepreneurial success. In the rapidly evolving digital era, the ability to utilize information technology has grown to be a crucial aspect in supporting business activities, specifically for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This analysis employs a quantitative method using surveys aimed at MSME entrepreneurs. Multiple linear regression was conducted to analyze the relationship between independent variables and the dependent variable. The outcomes reveal that digital literacy, entrepreneurial characteristics, and competitive advantage have a positive and significant effect on entrepreneurial success. These findings suggest that enhancing digital literacy, entrepreneurial attitudes and behaviors, and strategies to build competitive advantage are key factors in achieving business success.*

Keywords: *digital literacy, entrepreneurial characteristics, competitive advantage, entrepreneurial success*

Abstrak. Penelitian ini berfokus pada pengamatan pengaruh dari literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha. Di masa transformasi digital yang kian maju, kemampuan untuk memanfaatkan kecanggihan sistem informasi sangat krusial dalam mendukung aktivitas bisnis, terutama ditujukan bagi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam kajian ini melalui pengumpulan data melalui survei kepada para pengusaha UMKM. Teknik regresi linier berganda diaplikasikan untuk menganalisis data dan melihat dampak setiap variabel independen pada variabel dependen. Temuan studi ini mengindikasikan bahwa literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemahaman teknologi digital, sikap dan perilaku kewirausahaan, serta strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif merupakan faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Kata kunci: Kata kunci: literasi digital, karakteristik kewirausahaan, keunggulan bersaing, keberhasilan

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital yang pesat dan terbukanya pasar global memberikan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha, khususnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kemampuan adaptif dalam memanfaatkan teknologi menjadi aspek krusial untuk tetap bertahan dan bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Salah satu keterampilan penting yang dibutuhkan adalah literasi digital, yaitu kemampuan untuk memahami, menggunakan, dan mengevaluasi teknologi digital guna mendukung aktivitas usaha, mulai dari pemasaran digital hingga manajemen keuangan berbasis aplikasi (Agit, Julyana, & Ma'Ruf, 2023; Syafrial, 2023).

Selain kemampuan teknologis, karakteristik kewirausahaan juga menjadi faktor internal yang berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis. Ciri-ciri seperti inovatif, gigih, berani mengambil risiko, dan berorientasi pada solusi telah terbukti mampu mendorong pengusaha untuk bertahan menghadapi tekanan pasar serta mengeksplorasi peluang baru (Sintya, 2019; Fatmah et al., 2024). Karakteristik tersebut sangat penting bagi UMKM yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya. Di sisi lain, keunggulan bersaing menjadi aspek strategis yang memungkinkan usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui strategi biaya rendah, diferensiasi produk, maupun peningkatan kualitas layanan (Aurellia et al., 2025).

Transformasi digital juga telah mengubah pola pemasaran tradisional menuju digital marketing, yang memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau konsumen secara luas dan efisien (Maharani & Hasibuan, 2024). Digital marketing tidak hanya memperluas pasar tetapi juga memberikan kemampuan analitik dalam mengukur efektivitas kampanye serta memahami perilaku konsumen secara real-time (Mutia, Soegoto, & Kawet, 2025). Penerapan strategi ini menuntut penguasaan literasi digital yang mumpuni, terutama bagi pelaku UMKM yang bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Sejalan dengan itu, banyak penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya masing-masing faktor secara terpisah. Literasi digital terbukti mampu meningkatkan performa operasional dan memperluas akses pasar (Boediman, 2024). Karakteristik kewirausahaan telah lama dikaji dalam konteks pengambilan keputusan dan ketahanan usaha (Aulia et al., 2024), sementara keunggulan bersaing menjadi variabel penting dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing produk (Lady, Herlina, & Yadi, 2025). Namun demikian, sebagian besar studi tersebut belum mengintegrasikan ketiga variabel ini secara menyeluruh dalam satu model pengujian yang komprehensif.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan akan kajian terpadu yang menilai pengaruh simultan antara literasi digital, karakter kewirausahaan, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha, khususnya dalam konteks UMKM di era digital. Analisis terpadu ini diharapkan mampu menggambarkan keterkaitan antara faktor internal dan eksternal dalam membentuk kinerja usaha secara lebih utuh dan realistis (Devi et al., 2025).

Penelitian ini juga menjawab *research gap* yang ada dalam literatur, yaitu minimnya penelitian yang menguji secara simultan pengaruh tiga variabel tersebut dalam satu kerangka empiris. Sebagian besar studi masih menitikberatkan pada satu atau dua variabel, tanpa

mengeksplorasi bagaimana karakteristik individu dan strategi bisnis saling memengaruhi dalam konteks digitalisasi (Sobari & Rony, 2025). Di samping itu, keterbatasan dalam studi sebelumnya yang berfokus pada aspek teknis atau manajerial semata juga menyisakan ruang untuk kajian yang lebih menyeluruh dan kontekstual terhadap UMKM Indonesia.

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi pelaku UMKM, temuan studi ini menjadi panduan strategis dalam mengembangkan kapasitas digital, membentuk karakter kewirausahaan yang tangguh, serta menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Bagi pemerintah dan lembaga pendukung, hasil ini dapat dijadikan dasar dalam merancang kebijakan dan program pelatihan yang lebih tepat sasaran untuk pengembangan UMKM (Abdullah et al., 2025; Deni et al., 2024).

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Literasi Digital

Literasi digital mengacu pada kemampuan individu dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif dan bertanggung jawab untuk mengakses, mengelola, mengevaluasi, dan menciptakan informasi di lingkungan digital. Dalam konteks kewirausahaan, literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, dan pemanfaatan perangkat digital untuk keperluan bisnis seperti pemasaran, transaksi online, dan manajemen keuangan (Agit, Julyana, & Ma'Ruf, 2023; Syafrial, 2023). Kemampuan ini sangat penting bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang bergerak menuju ekosistem digital yang lebih kompetitif dan terintegrasi (Boediman, 2024).

2.2. Fungsi Literasi Digital dalam Dunia Usaha

Dalam praktiknya, literasi digital memberikan manfaat langsung bagi efisiensi dan efektivitas operasional usaha. UMKM yang memiliki literasi digital tinggi cenderung mampu mengakses informasi pasar dengan lebih baik, menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru, serta mengoptimalkan proses internal menggunakan perangkat lunak bisnis (Maharani & Hasibuan, 2024). Studi oleh Abdullah et al. (2025) menunjukkan bahwa pelaku UMKM dengan penguasaan teknologi digital yang baik lebih mudah dalam membangun brand awareness serta menciptakan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran.

2.3. Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik kewirausahaan menggambarkan seperangkat sikap, nilai, dan perilaku yang membentuk identitas seorang wirausahawan. Menurut Zimmerer & Scarborough (dalam Sintya, 2019), karakteristik utama tersebut meliputi keberanian mengambil risiko, inovasi, kemandirian, semangat tinggi, dan motivasi kuat untuk sukses. Ciri-ciri ini berperan penting dalam mendorong pelaku usaha untuk proaktif dalam menghadapi tantangan serta terus mencari peluang baru di tengah perubahan lingkungan bisnis. Keberhasilan seorang wirausahawan tidak hanya ditentukan oleh ide bisnis, tetapi juga oleh kekuatan karakter yang mendukung ketahanan dan daya juangnya.

2.4. Peran Karakteristik Kewirausahaan dalam UMKM

Dalam dunia UMKM, karakteristik kewirausahaan menjadi landasan penting untuk bertahan dari tekanan pasar, keterbatasan modal, hingga fluktuasi permintaan. Fatmah et al. (2024) menegaskan bahwa individu yang memiliki motivasi tinggi dan berorientasi pada solusi mampu mengelola keterbatasan tersebut dengan lebih adaptif. Penelitian oleh Aulia et al. (2024) juga menunjukkan bahwa karakteristik wirausahawan berkorelasi positif dengan pertumbuhan usaha, terutama dalam konteks kepemimpinan, keberanian mengambil keputusan, dan ketekunan menghadapi krisis.

2.5. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merujuk pada posisi strategis suatu usaha yang memungkinkan mereka menawarkan nilai lebih kepada pelanggan dibanding pesaingnya. Porter (1985) mengategorikan keunggulan bersaing menjadi dua: keunggulan biaya (*cost leadership*) dan diferensiasi (*differentiation*). Dalam konteks UMKM, keunggulan bersaing dapat diwujudkan melalui keunikan produk, kualitas layanan, atau efisiensi operasional (Aurellia et al., 2025). Keunggulan ini menjadi senjata penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar.

2.6. Strategi Membangun Keunggulan Bersaing

Pelaku UMKM dapat menciptakan keunggulan bersaing dengan menyesuaikan strategi pemasaran, inovasi produk, serta pelayanan yang responsif. Lady, Herlina, dan Yadi (2025) menunjukkan bahwa sertifikasi produk dan desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Di sisi lain, integrasi teknologi seperti sistem pemesanan online atau analitik pemasaran digital juga dapat menciptakan efisiensi dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Mutia, Soegoto, & Kawet, 2025). Oleh karena itu,

kombinasi inovasi dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif.

2.7. Keberhasilan Berwirausaha

Keberhasilan berwirausaha didefinisikan sebagai kemampuan wirausahawan dalam mencapai tujuan bisnisnya, baik dalam aspek finansial maupun non-finansial. Indikator keberhasilan biasanya mencakup peningkatan laba, pertumbuhan penjualan, ekspansi pasar, dan kepuasan pelanggan (Sanjaya, Zusnita, & Sutisna, 2025). Selain itu, keberhasilan juga dilihat dari aspek keberlanjutan usaha serta pencapaian tujuan pribadi, seperti kemandirian finansial dan pengembangan diri wirausahawan.

2.8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha

Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan kombinasi antara faktor internal (seperti karakteristik kewirausahaan) dan eksternal (seperti akses teknologi dan strategi pemasaran) (Hartono, 2025). Dalam hal ini, literasi digital memungkinkan efisiensi dan inovasi, karakter kewirausahaan mendorong keberanian dan kreativitas, sementara keunggulan bersaing menjaga keberlanjutan dan daya tarik usaha terhadap pasar.

2.9. Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan teori dan temuan penelitian terdahulu, hubungan antara literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha dapat disusun dalam sebuah kerangka konseptual. Literasi digital dan keunggulan bersaing bertindak sebagai faktor eksternal, sedangkan karakteristik kewirausahaan sebagai faktor internal. Ketiga variabel ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap tingkat keberhasilan usaha secara simultan (Devi et al., 2025; Sobari & Rony, 2025). Dengan demikian, pendekatan yang komprehensif dalam memahami dan mengelola ketiganya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan UMKM di era digital.

2.10. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sejumlah penelitian telah mengkaji topik-topik terkait secara parsial. Misalnya, Agit et al. (2023) menemukan bahwa literasi digital memiliki korelasi positif dengan pertumbuhan bisnis online. Sementara itu, Aulia et al. (2024) menegaskan bahwa karakter kewirausahaan memengaruhi resiliensi usaha dalam menghadapi tekanan eksternal. Dalam studi yang berbeda, Aurellia et al. (2025) mengkaji pentingnya strategi cost leadership dan diferensiasi dalam

meningkatkan performa bisnis. Namun, belum banyak studi yang menelaah secara simultan ketiga variabel tersebut dalam satu kerangka utuh, terutama pada UMKM Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut sekaligus memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam kajian kewirausahaan berbasis digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha. Metode kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara sistematis dan terukur melalui pengolahan data numerik (Deni et al., 2024). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarakan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah penelitian yang telah ditentukan. Skala pengukuran yang digunakan dalam instrumen adalah skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Sebelum digunakan, kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keandalan data yang dikumpulkan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan regresi, dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan data memenuhi persyaratan statistik parametrik (Nuswantoro, Ulfi, & Azizah, 2024). Sampel penelitian diperoleh menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku UMKM aktif yang telah menggunakan media digital dalam aktivitas usahanya. Jumlah responden ditentukan berdasarkan rumus Slovin agar representatif terhadap populasi. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi terbaru. Dengan metode ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran empiris yang akurat mengenai hubungan antara literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing dalam mendukung keberhasilan UMKM di era digital (Abdullah et al., 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk mengetahui pengaruh literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan berwirausaha pada pelaku UMKM. Melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang aktif menjalankan usaha dan telah menggunakan teknologi digital

dalam proses bisnisnya, data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Uji validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) telah dilakukan untuk memastikan data memenuhi syarat analisis statistik (Deni et al., 2024).

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha. Nilai signifikansi yang diperoleh untuk ketiga variabel berada di bawah ambang batas 0,05, yang berarti bahwa secara statistik terdapat hubungan kuat antara ketiga variabel tersebut dengan keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel berkontribusi terhadap peningkatan tingkat keberhasilan UMKM dalam menjalankan bisnisnya (Abdullah et al., 2025).

4.1. Pengaruh Literasi Digital terhadap Keberhasilan Berwirausaha

Hasil penelitian ini memperkuat temuan dari studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi digital merupakan salah satu pendorong utama keberhasilan bisnis di era digital. Pelaku UMKM yang memiliki literasi digital tinggi mampu mengakses informasi pasar, mengelola strategi pemasaran online, serta menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan melalui berbagai platform digital (Agit et al., 2023; Maharani & Hasibuan, 2024). Selain itu, penggunaan aplikasi keuangan dan logistik yang berbasis teknologi mempermudah pengelolaan usaha secara efisien dan transparan.

Temuan ini selaras dengan studi Boediman (2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan komunikasi digital secara strategis mendukung pertumbuhan bisnis kecil dan menengah. Dibandingkan dengan studi sebelumnya yang hanya menyoroti digital marketing sebagai media promosi, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa literasi digital berperan lebih luas, mencakup aspek operasional, manajerial, hingga inovasi produk. Oleh karena itu, penguasaan terhadap teknologi digital bukan sekadar pelengkap, melainkan menjadi kebutuhan fundamental dalam mengelola UMKM secara berkelanjutan.

4.2. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Berwirausaha

Karakteristik kewirausahaan terbukti menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki jiwa inovatif, gigih, dan berani mengambil risiko memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengembangkan usahanya secara signifikan. Hasil ini mendukung teori kewirausahaan yang

dikemukakan Zimmerer & Scarborough dalam Sintya (2019), serta diperkuat oleh Fatmah et al. (2024) yang menyatakan bahwa karakter kuat menjadi modal non-material yang penting dalam menghadapi tantangan bisnis.

Dalam konteks UMKM, karakter ini memungkinkan pengusaha untuk bertahan meskipun dengan keterbatasan modal dan sumber daya. Misalnya, dalam penelitian Aulia et al. (2024), pengusaha yang menunjukkan tingkat keberanian dan kreativitas tinggi mampu menciptakan pasar baru dan melakukan pivot bisnis saat menghadapi krisis. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang cenderung menekankan aspek manajerial, studi ini menegaskan bahwa faktor kepribadian wirausahawan tidak kalah penting dan harus dikembangkan melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan.

4.3. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Berwirausaha

Keunggulan bersaing merupakan diferensiasi yang dimiliki suatu usaha dalam menghadapi kompetitor. Temuan studi ini menunjukkan bahwa UMKM yang mampu menciptakan nilai tambah pada produknya, baik dari sisi harga, kualitas, maupun layanan, cenderung lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan kajian Aurellia et al. (2025) yang menyebutkan bahwa strategi cost leadership dan diferensiasi dapat meningkatkan performa usaha secara signifikan.

Salah satu contoh nyata adalah UMKM yang memanfaatkan desain kemasan menarik dan nilai lokal sebagai daya tarik utama, sebagaimana diteliti oleh Lady, Herlina, dan Yadi (2025). Tidak hanya itu, penerapan teknologi seperti sistem pemesanan berbasis aplikasi juga membantu menciptakan kenyamanan konsumen, meningkatkan loyalitas, serta efisiensi operasional (Mutia et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing tidak hanya bergantung pada faktor fisik produk, tetapi juga pada inovasi dan pemanfaatan teknologi yang relevan.

4.4. Komparasi dengan Penelitian Sebelumnya

Jika dibandingkan dengan penelitian Abdullah et al. (2025) yang meneliti pengaruh media sosial terhadap brand equity, studi ini lebih komprehensif karena menguji tiga faktor sekaligus secara simultan. Sementara studi Maharani dan Hasibuan (2024) hanya memfokuskan pada kemampuan pemasaran digital, penelitian ini mencakup aspek perilaku individu dan strategi kompetitif yang memperkuat posisi UMKM di pasar. Dengan demikian, studi ini memberikan wawasan baru bahwa integrasi antara literasi digital, karakter wirausaha, dan strategi bersaing merupakan fondasi keberhasilan bisnis modern.

4.5. Implikasi Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat konsep bahwa keberhasilan berwirausaha merupakan hasil interaksi antara faktor internal dan eksternal. Ketiga variabel yang diuji—literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing—merupakan faktor-faktor kunci yang saling berinteraksi dalam membentuk performa usaha. Konsep ini didukung oleh pendekatan sistemik dalam manajemen bisnis yang menyatakan bahwa kinerja organisasi tidak dapat dipisahkan dari konteks eksternal dan kekuatan internalnya (Deni et al., 2024).

4.6. Implikasi Praktis

Bagi pelaku UMKM, penelitian ini memberikan arah strategis dalam pengembangan usaha. Pertama, pelatihan literasi digital harus ditingkatkan agar pelaku usaha tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga memahami cara memanfaatkannya secara strategis untuk pengembangan bisnis. Kedua, penguatan karakter kewirausahaan harus menjadi fokus dalam program inkubasi dan pelatihan usaha yang diselenggarakan oleh pemerintah, universitas, maupun lembaga swasta. Ketiga, penciptaan keunggulan bersaing perlu diarahkan pada diferensiasi yang relevan dengan kebutuhan pasar, baik melalui inovasi produk maupun pelayanan (Sanjaya et al., 2025).

4.7. Rekomendasi Kebijakan

Berdasarkan temuan penelitian ini, pemerintah daerah maupun pusat sebaiknya meningkatkan dukungan terhadap UMKM melalui program pelatihan digital berbasis kebutuhan sektor. Selain itu, kerja sama lintas sektor seperti kampus, inkubator bisnis, dan komunitas kewirausahaan dapat mempercepat pembentukan ekosistem usaha yang tangguh dan inovatif. Program pendampingan berbasis karakter juga penting untuk membentuk wirausaha yang resilien terhadap krisis dan perubahan pasar (Aulia et al., 2024).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi digital, karakteristik kewirausahaan, dan keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan berwirausaha pada pelaku UMKM. Ketiga variabel ini saling berinteraksi dan berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha di era digital. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap teknologi dan memperluas jangkauan pasar. Karakteristik kewirausahaan seperti inovatif, tangguh, dan berani mengambil risiko terbukti menjadi fondasi dalam menghadapi tantangan usaha. Sementara itu, keunggulan

bersaing melalui inovasi produk, strategi diferensiasi, serta pelayanan yang unggul menjadi faktor penentu dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan pasar. Penelitian ini memperkuat teori-teori terdahulu bahwa keberhasilan usaha merupakan hasil sinergi antara faktor internal dan eksternal.

Adapun saran praktis dari hasil penelitian ini, pelaku UMKM diharapkan secara aktif meningkatkan kemampuan literasi digital mereka, tidak hanya pada aspek teknis tetapi juga strategis, seperti penggunaan data analitik dan manajemen digital. Pemerintah, lembaga pelatihan, dan akademisi diharapkan menyusun program pendampingan kewirausahaan yang tidak hanya fokus pada teknis bisnis, tetapi juga pada penguatan karakter wirausahawan. Selain itu, penciptaan keunggulan bersaing perlu diarahkan pada aspek inovatif yang berkelanjutan, seperti produk berbasis nilai lokal dan digitalisasi layanan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas wilayah penelitian dan mempertimbangkan variabel lain seperti dukungan kebijakan, akses pembiayaan, atau pengaruh jaringan sosial sebagai faktor tambahan yang dapat memperkuat keberhasilan berwirausaha.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, A., Bustami, K., Yusuf, Y., Hendiyani, D., & Saifrizal, M. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN AFILIASI PENJUAL TERHADAP BRAND EQUITY PADA UMKM DI KOTA LHOKSEUMAWE. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 109–117.
- Agit, A., Julyana, S. A., & Ma'Ruf, B. (2023). Tinjauan literatur pada pengaruh literasi digital terhadap perkembangan bisnis online di era digital. *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 1, 624–634.
- Aulia, M. R., Husin, H., Nasution, A., Sofie, P. N. H., & Mauliza, E. (2024). *Kewirausahaan 5.0: Ditinjau dari Kepemimpinan dan Adversitas Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aurellia, R. A. C. D., Putri, N. P., Sabila, F. R., Bunjamin, F. A., & Oktavia, D. T. (2025). Analisis Strategi Cost Leadership dan Differentiation terhadap Kinerja Perusahaan: Sebuah Systematic Literature Review. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(2B April), 2195–2208.

- Boediman, E. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Kewirausahaan dan Kepemimpinan Pemuda: Tantangan dan Peluang di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pemuda Indonesia*, 1(1).
- Deni, H. A., Mm, C. Q. M., Fatkhur Rohman Albanjari, M. E., Nurofik, A., Anwar, H. M., Bakri, A. A., ... SE, S. P. (2024). *Metodologi penelitian bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Devi, S. P., Mahardhika, E. H., Rahayu, W. P., & Winarno, A. (2025). Marketing Mix dan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 56–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3139>
- Fatmah, F., Supriyanto, E., Budiman, D., Maichal, M., Ghozali, Z., Ismail, H., ... Isnaini, S. (2024). *UMKM & kewirausahaan: Panduan praktis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartono, R. (2025). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Kelangsungan Usaha Ritel Tradisional: Studi Kasus Pasar Sentral Pemangkat Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.761>
- Lady, L., Herlina, L., & Yadi, Y. H. (2025). SERTIFIKASI HALAL DAN DESAIN KEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN PERMINTAAN MASYARAKAT TERHADAP SATE BANDENG. *Jurnal Abdi Insani*, 12(1), 398–410.
- Luthan, E., Irfan, M., & Bahari, A. (2025). Pengaruh Strategi Bisnis dan Kinerja ESG terhadap Potensi Financial Distress pada Perusahaan di Negara-Negara ASEAN. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 9(1), 85–99.
- Maharani, D. A., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan kemampuan pemasaran digital pada UMKM di Desa Sumbang Purwokerto untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar. *Abdi Makarti*, 3(2), 130–141.
- Mutia, C., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2025). PENGARUH DIGITAL MARKETING, LOCAL BRAND, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI THE EXECUTIVE MANADO TOWN SQUARE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(01), 605–617.
- Nuswantoro, S. A., Ulfi, M., & Azizah, N. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan QRIS di Kalangan Mahasiswa Kalimantan: Pendekatan UTAUT2 dan

- TAM. *Kesatria: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer Dan Manajemen)*, 5(3), 1306–1319.
- Sachlan, T. W., Tumanung, M., & Riung, C. M. (2025). ANALISIS PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PRODUK RUMAH MAKAN DI KAWASAN JALAN BOULEVARD II TUMINTING KOTA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(01), 654–661.
- Sanjaya, I. M., Zusnita, W. O., & Sutisna, S. (2025). Pengaruh Kinerja UMKM Alas Kaki dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 812–827.
- Saradewi, R. T., Yudhapramesti, P., & Besman, A. (2025). Analisis Manajemen Strategi Harian Kompas dalam Menghadapi Transformasi Digital. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 10.
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *JSAM (Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen)*, 1(1), 337–380.
- Sobari, M., & Rony, Z. T. (2025). Sistem Rekrutmen, Seleksi, Kompetensi dan Pelatihan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif (Systemic Literature Review). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(1), 10–20.
- Suriadiman, N., & Harimurti, D. A. (2023). Pemanfaatan Literasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Umkm Penjualan Es Teh Anak Rantau Kota Pekanbaru. *JDISTIRA- Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 3(2), 205–211.
- Suyatna, R. G., Badriyah, S. R., & Sanjaya, F. N. (2025). Penerapan digital marketing di media sosial terhadap strategi komunikasi pemasaran produk jasa pada Anukulaghana. Consultant. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 14–22.
- Syafrial, H. (2023). *Literasi digital*. Nas Media Pustaka.