

Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender terhadap Kinerja Reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya

Dewi Silvi Wulandari, Tuti Asmala

Program Studi Administrasi Bisnis, Internasional Woman Universitas, Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 June 2026

Revised 20 June 2026

Accepted 25 June 2026

Available online 22 July 2026

Keywords :

Digital Literacy; Gender-based Entrepreneurial Motivation; Reseller Performance.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

The advancement of digital technology requires resellers to possess digital literacy skills and strong entrepreneurial motivation to enhance their business performance. However, there are still resellers who have not optimally utilized digital technology or developed a strong drive to grow their businesses. This study aims to analyze the impact of these two factors on reseller performance. This study employs a quantitative approach using descriptive and verificative methods. The research sample consists of 30 resellers, selected using the saturated sampling technique. Data collection was conducted via questionnaires using a Likert scale, while data analysis involved validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, partial testing (t-test), and simultaneous testing (F-test) using IBM SPSS Statistics 25. The research results indicate that digital literacy and gender-based entrepreneurial motivation influence reseller performance at the DBee's Forest Honey MSME in Parungponteng District, Tasikmalaya Regency. Thus, enhancing digital literacy and gender-based entrepreneurial motivation can support improved reseller performance at the DBee's Forest Honey MSME.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut reseller untuk memiliki kemampuan literasi digital serta motivasi berwirausaha yang baik guna meningkatkan kinerja usahanya. Namun, masih terdapat reseller yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan belum memiliki motivasi yang kuat dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kinerja reseller. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 30 reseller yang ditentukan menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F) dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan motivasi berwirausaha berbasis gender berpengaruh terhadap kinerja reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya. Dengan demikian, peningkatan literasi digital dan motivasi berwirausaha berbasis gender dapat mendukung peningkatan kinerja reseller di UMKM Madu Hutan DBee's.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, sehingga memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Salah satu strategi yang banyak diterapkan adalah penggunaan reseller sebagai mitra pemasaran. Kinerja reseller menjadi faktor penting karena berpengaruh langsung terhadap pencapaian penjualan dan keberlangsungan usaha. Dalam era digital, peningkatan kinerja reseller tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan menjual, tetapi juga oleh tingkat literasi digital dan motivasi berwirausaha (Kotler et al., 2022; UNESCO, 2018).

Literasi digital memungkinkan reseller memanfaatkan media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap produktivitas dan daya saing pelaku UMKM (Purba et al., 2026). Selain itu, motivasi berwirausaha juga berperan dalam mendorong reseller untuk bekerja secara konsisten, berorientasi pada pencapaian, dan mampu menghadapi tantangan usaha (Hisrich et al., 2020). Dalam perspektif gender, motivasi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh perbedaan peran sosial antara laki-laki dan perempuan sehingga memengaruhi kinerja penjualan (Eagly & Wood, 2012).

Fenomena tersebut terlihat pada UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Data internal tahun 2021–2025 menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital diikuti oleh peningkatan kinerja penjualan reseller. Menariknya, reseller perempuan yang semula memiliki penjualan lebih rendah mampu melampaui reseller laki-laki pada tahun 2024–2025. Namun, hasil pra-riset juga menemukan bahwa tingginya literasi digital tidak selalu diikuti oleh tingginya kinerja penjualan apabila motivasi berwirausaha rendah. Sebaliknya, reseller dengan literasi digital yang terbatas tetap mampu mencapai penjualan tinggi karena memiliki motivasi berwirausaha yang kuat.

Penelitian mengenai literasi digital dan motivasi berwirausaha telah banyak dilakukan, tetapi kajian yang menghubungkan kedua variabel tersebut terhadap kinerja reseller dalam perspektif gender pada UMKM masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi digital dan motivasi berwirausaha berbasis gender terhadap kinerja reseller pada UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian **deskriptif** dan **verifikatif**. Pada penelitian ini, subjek penelitian adalah para reseller UMKM Madu Hutan DBee's yang berada di Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Dalam penelitian ini, populasi sosial seluruh reseller Madu Hutan DBee's yang berada di wilayah Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan data internal kemitraan Madu Hutan DBee's tahun 2026, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 30 reseller. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 30 responden mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Non-Probability Sampling** dengan teknik **Sampling Jenuh**. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah populasi yang tersedia relatif kecil dan terbatas, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sebagai subjek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan representatif. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Madu Hutan DBee's merupakan sebuah merek produk madu alami yang diproduksi dan didistribusikan oleh UMKM Madu Hutan DBee's. Usaha ini bergerak di sektor industri kreatif minuman kesehatan yang berbasis pemanfaatan sumber daya alam lokal. Madu Hutan DBee's berkomitmen untuk menyediakan madu murni berkualitas tinggi yang dipanen langsung dari sarang lebah liar (*Apis dorsata*) di kawasan hutan alam. Proses pemanenan dilakukan secara

lestari dan higienis guna menjaga kemurnian, kandungan nutrisi, serta kelestarian ekosistem hutan asli.

Selain berfokus pada kualitas produk, Madu Hutan DBee's juga berperan aktif dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya mengonsumsi produk herbal alami serta mendukung kesejahteraan para pemburu madu tradisional (lokal). Perusahaan menerapkan standar pengemasan modern dan pengujian kualitas yang ketat agar produk dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional, sekaligus mendukung penguatan ekonomi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tujuan adanya Madu Hutan DBee's adalah untuk menyediakan pilihan suplemen kesehatan alami yang tepercaya bagi masyarakat, sekaligus mempromosikan gaya hidup sehat berbasis produk organik. Eksistensi bisnis ini diharapkan dapat memberikan dampak positif secara berkelanjutan, baik dari segi pemenuhan kebutuhan gizi konsumen maupun pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar hutan tempat bahan baku diperoleh.

Hasil Uji Instrumen

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah responden (N) sebanyak 30 orang, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Jika nilai r hitung $> 0,361$ dan bernilai positif, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Untuk ukuran validitas masing-masing pernyataan pada variabel Literasi Digital (X_1), Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2) dan Kinerja Reseller (Y).

Berdasarkan temuan menunjukkan semua variabel pernyataan dari 10 item yang diajukan untuk variabel Literasi Digital (X_1), membuktikan bahwa jumlah nilai r hitung $> r$ tabel 0,361. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid.

Berdasarkan temuan menunjukkan semua variabel pernyataan dari 8 item yang diajukan untuk variabel Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2), membuktikan bahwa jumlah nilai r hitung $> r$ tabel 0,361. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid.

Berdasarkan temuan menunjukkan semua variabel pernyataan dari 8 item yang diajukan untuk variabel Kinerja Reseller (Y), membuktikan bahwa jumlah nilai r hitung $> r$ tabel 0,361. maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian tetap konsisten dan stabil apabila dilakukan pengukuran berulang kali terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan software statistik. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).

Berdasarkan temuan diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Literasi Digital sebesar 0,967, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender sebesar 0,934 dan nilai *Cronbach's Alpha* untuk Kinerja Reseller sebesar 0,916. Dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel $> 0,60$, maka semua variabel telah memenuhi syarat reliabilitas berdasarkan *Cronbach's Alpha*.

Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang telah didistribusikan dan diisi oleh responden. Untuk mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden mengenai

Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Kewirausahaan Berbasis Gender terhadap Kinerja Reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng, Kabupaten Tasikmalaya.

Berikut terdapat rumus persentase dan kriteria interpretasi skor menurut Sugiyono (2023):

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian : Jumlah total pilihan jawaban responden x bobot nilai skala Likert (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi (5) x jumlah responden (30) = 150

Hasil dari perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor (kategori interval) menurut Sugiyono 2023 yang dibagi ke dalam 5 kriteria.

Literasi Digital

Penyajian hasil penelitian ini didasarkan pada data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, dengan total 10 item.

Berdasarkan temuan hasil Skor tertinggi yaitu pernyataan X_{1.8} yang menyatakan bahwa "Saya memanfaatkan visual atau desain yang menarik minat konsumen saat mempromosikan produk secara *online*" dengan persentase 63,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar *reseller* memahami pentingnya daya tarik visual dalam pemasaran digital. Strategi yang diterapkan oleh para *reseller* untuk menarik minat konsumen meliputi penggunaan foto produk yang menarik, desain promosi yang sederhana, serta penyebaran informasi melalui media sosial.

Sebaliknya, indikator dengan skor terendah berkaitan dengan pernyataan X_{1.5} yang menyatakan bahwa "Saya merasa percaya diri dan tidak ragu saat mencoba fitur-fitur baru di aplikasi penjualan atau *marketplace*" dengan persentase 49,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian *reseller* masih ragu untuk memanfaatkan kemajuan teknologi digital, sehingga penggunaan fitur-fitur baru tersebut menjadi kurang optimal.

Situasi ini sejalan dengan kondisi nyata di UMKM Madu Hutan DBee's, di mana sebagian besar *reseller* masih mengandalkan WhatsApp sebagai saluran pemasaran utama. Pemanfaatan *marketplace* daring dan fitur digital seperti iklan berbayar, analisis kinerja, dan optimalisasi promosi masih terbatas akibat kurangnya pengalaman dan kepercayaan diri dalam menggunakan perangkat-perangkat tersebut. Akibatnya, peluang untuk memperluas jangkauan pasar melalui teknologi digital belum dimanfaatkan secara optimal.

Temuan ini sejalan dengan teori Paul Gilster (1997) yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami dan memanfaatkan informasi melalui media digital secara efektif. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian Kartika dan Ratnamiasih (2023) serta Febrianawati et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa semakin baik literasi digital yang dimiliki pelaku usaha, semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan kinerja usaha.

Dengan demikian, variabel Literasi Digital mencatatkan skor sebesar 57,9%, yang menempatkannya dalam kategori "cukup baik" dengan standar deviasi (9,008). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun para *reseller* memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan

teknologi digital, masih terdapat kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi mereka khususnya terkait kesediaan untuk mengeksplorasi fitur-fitur digital terkini guna memastikan kinerja yang optimal.

Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender

Penyajian hasil penelitian ini didasarkan pada data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, dengan total 8 item.

Berdasarkan temuan hasil Skor tertinggi yaitu pernyataan X_{2.1} yang menyatakan bahwa "Saya memiliki keinginan dan komitmen yang kuat untuk sukses mengembangkan bisnis reseller Madu Hutan DBee's ini." dengan persentase 72,7% sehingga termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar reseller memiliki tingkat komitmen dan antusiasme yang tinggi untuk mengembangkan bisnis mereka. Komitmen ini menjadi aset penting bagi para reseller dalam menjaga kelangsungan bisnis, meningkatkan penjualan, serta menghadapi pasar yang semakin kompetitif.

Sebaliknya, indikator dengan skor terendah berkaitan dengan pernyataan X_{2.5} yang menyatakan bahwa "Saya ingin menunjukkan potensi dan eksistensi diri saya yang positif kepada lingkungan sekitar melalui kesuksesan usaha madu ini" dan X_{2.7} yang menyatakan bahwa "Saya merasakan kepuasan batin yang mendalam ketika target penjualan bulanan yang saya tetapkan sendiri berhasil tercapai" dengan persentase 64,0%. Meskipun kedua indikator tersebut masih berada dalam kategori "cukup baik", hasil ini menunjukkan bahwa motivasi yang berkaitan dengan pengakuan sosial dan kepuasan pribadi belum menjadi pendorong utama bagi seluruh pengecer dalam menjalankan bisnis mereka.

Kondisi ini mencerminkan situasi nyata pada UMKM Madu Hutan DBee's, di mana sebagian besar reseller menjalankan usaha ini sebagai pekerjaan sampingan atau sumber penghasilan tambahan bagi keluarga. Akibatnya, motivasi utama mereka didorong oleh keinginan untuk memperoleh penghasilan dan membantu memenuhi kebutuhan ekonomi, alih-alih keinginan akan pengakuan sosial atau aktualisasi diri melalui keberhasilan bisnis. Selain itu, beberapa reseller belum menetapkan target penjualan yang terstruktur, sehingga mereka tidak sepenuhnya merasakan kepuasan yang muncul dari pencapaian target-target tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Zimmerer & Scarbrough (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha merupakan dorongan yang memberikan energi kepada individu untuk memulai, mengembangkan, dan mempertahankan usahanya. Tingginya komitmen reseller dalam mengembangkan usaha menunjukkan bahwa motivasi menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlangsungan bisnis. Temuan ini juga mendukung penelitian Arisandy et al. serta Waworuntu (2023) yang menyimpulkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha dan kinerja reseller.

Secara keseluruhan, variabel motivasi kewirausahaan berbasis gender memperoleh skor 67,2%, yang menempatkannya dalam kategori "cukup baik" dengan standar deviasi sebesar 6,776. Hasil ini menunjukkan bahwa para reseller Madu Hutan DBee's memiliki tingkat motivasi yang memadai untuk menjalankan usaha mereka, namun diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan motivasi intrinsik khususnya dengan membangun kepercayaan diri, menumbuhkan rasa bangga terhadap usaha, serta memperkuat komitmen untuk menetapkan dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi.

Kinerja Reseller

Penyajian hasil penelitian ini didasarkan pada data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, dengan total 8 item.

Berdasarkan temuan hasil Skor tertinggi yaitu pernyataan Y.4 yang menyatakan bahwa “Jumlah pelanggan baru maupun pelanggan yang melakukan *repeat order* (pembelian ulang) di tempat saya terus mengalami peningkatan” dengan persentase 70,0% sehingga termasuk dalam kategori “baik”. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar reseller telah mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga mampu mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa upaya pelayanan dan pemasaran yang dilakukan reseller telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan loyalitas konsumen.

Sebaliknya, indikator dengan skor terendah yaitu Y.5 yang menyatakan bahwa “Saya mampu mencari ide pemasaran dan strategi penjualan sendiri tanpa harus selalu menunggu instruksi atau arahan dari pihak produsen” dengan persentase 54,0% sehingga termasuk dalam kategori “cukup baik”. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan reseller dalam menciptakan strategi pemasaran secara mandiri masih belum optimal. Sebagian reseller masih lebih mengandalkan arahan dari pihak produsen dari pada berinisiatif mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar yang dihadapi.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kinerja Reseller memperoleh persentase sebesar 62,3%, dengan kategori “cukup baik”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa reseller telah mampu menjalankan aktivitas penjualan dengan cukup baik, namun masih perlu meningkatkan kreativitas dan kemandirian dalam menyusun strategi pemasaran

Kondisi tersebut sejalan dengan keadaan yang terjadi pada UMKM Madu Hutan DBee's, di mana sebagian besar reseller masih memanfaatkan materi promosi yang telah disediakan oleh produsen, seperti foto produk, katalog, dan informasi promosi. Ketersediaan materi tersebut memang mempermudah proses pemasaran, namun di sisi lain menyebabkan sebagian reseller belum terbiasa mengembangkan ide promosi berdasarkan kreativitas dan karakteristik pasar masing-masing. Selain itu, sebagian besar reseller menjalankan usaha ini sebagai pekerjaan sampingan sehingga waktu yang dimiliki untuk mempelajari strategi pemasaran baru maupun membuat konten promosi secara mandiri masih terbatas.

Hasil penelitian ini mendukung teori **Mangkunegara (2021)** yang menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil kerja seseorang yang dicapai berdasarkan kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan tugas. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Waworuntu (2023) yang menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja reseller, serta penelitian Kartika dan Ratnamiasih (2023) yang menyimpulkan bahwa literasi digital berkontribusi dalam meningkatkan kinerja usaha maksimal.

Analisis Verifikatif

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

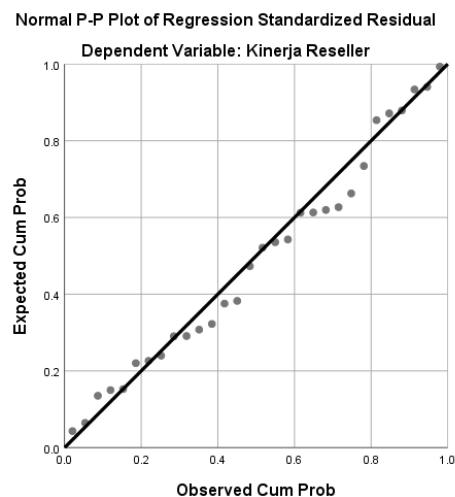
Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi atau variabel penelitian, data sampel memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode Shapiro-Wilk karena jumlah sampel atau responden (N) relatif kecil, yaitu sebanyak 30 orang dengan nilai signifikan 0,05. Apabila hasil uji statistik dengan nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika hasil uji statistik dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal. Setelah dilakukan pengujian didapat hasil uji yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Variabel	Nilai Statistic	df	Sig.	Keterangan
Literasi Digital (X_1)	0,982	30	0,886	Berdistribusi normal
Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2)	0,955	30	0,229	Berdistribusi normal
Kinerja Reseller (Y)	0,977	30	0,734	Berdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh data variabel dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasifikasi normalitas secara mutlak karena seluruh nilai signifikansinya berada jauh di atas standar kriteria alpha 5% (0,05). Sedangkan hasil dari uji normalitas berdasarkan Grafik Probability Plot (P.P Plot) di peroleh hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Histogram

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Juli 2026

Dari gambar diatas terlihat bahwa titik-titik yang menyebar dalam P.P Plot menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10,00 dan angka tolerance > 0,10. Dalam penelitian ini uji multikolinearitas diperoleh data sebagai berikut:

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.438	2.516		-1.764	.089		
	Literasi Digital	.571	.051	.836	11.297	.000	.981	1.019
	Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender	.477	.067	.526	7.102	.000	.981	1.019

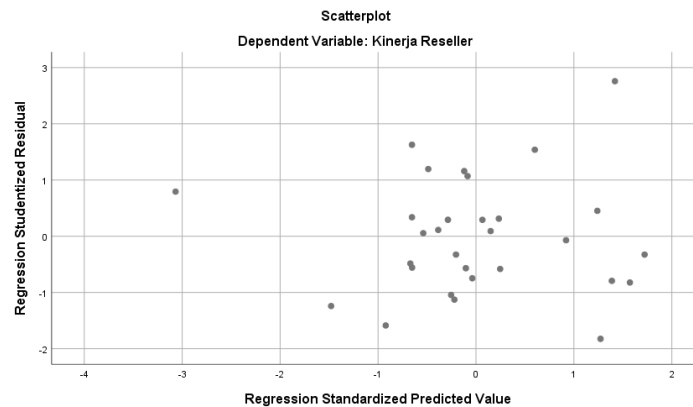
a. Dependent Variable: Kinerja Reseller

Gambar 2. Hasil Uji Multikolineritas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui nilai VIF yaitu $1.019 < 10,00$ dan nilai tolerance $0.981 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas untuk menentukan apakah terdapat kesamaan varians antara nilai residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Uji heteroskedastisitas dibagi menjadi dua jenis analisis: analisis grafis dan analisis statistik. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan analisis *scatterplot*. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Juni 2026

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, hasil uji heteroskedastisitas *scatterplot* menunjukkan bahwa grafik tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu Literasi Digital (X_1) dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2) terhadap variabel dependen, yaitu Kinerja Reseller (Y). Hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.438	2.516		-1.764	.089		
	Literasi Digital	.571	.051	.836	11.297	.000	.981	1.019
	Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender	.477	.067	.526	7.102	.000	.981	1.019

a. Dependent Variable: Kinerja Reseller

Gambar 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Juni 2026

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,438 + 0,571 X_1 + 0,477 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kinerja Reseller

a = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi literasi digital

β_2 = Koefisien regresi motivasi berwirausaha berbasis gender

X_1 = Literasi Digital

X_2 = Motivasi Berwirausaha

ε = Error atau variabel pengganggu

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) sebesar -4,438. Nilai konstanta bernilai negatif artinya nilai variabel Literasi Digital (X_1) dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2) dianggap konstan atau sama dengan 0, maka Kinerja Reseller (Y) akan semakin berkurang.
2. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,571. Nilai koefisien X_1 bernilai positif artinya pengaruh literasi digital terhadap kinerja reseller adalah bersifat positif dan cukup kuat. Jika literasi digital tinggi, maka kinerja reseller akan semakin tinggi.
3. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,477. Nilai koefisien X_2 bernilai positif artinya pengaruh motivasi berwirausaha berbasis gender terhadap kinerja reseller adalah bersifat positif dan cukup kuat. Jika motivasi berwirausaha berbasis gender meningkat, maka kinerja reseller akan semakin meningkat.

Hasil Uji Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan dinyatakan dalam bentuk persentase. Persentase peranan semua variabel independen yang menunjukkan atas nilai variabel dependen ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi. Adapun Pengaruh Literasi Digital (X_1) dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2) terhadap Kinerja Reseller (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.855	.844	2.429

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender, Literasi Digital

b. Dependent Variable: Kinerja Reseller

Gambar 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Januari 2026

Besarnya nilai R Square (R^2) pada gambar diatas yaitu 0,855 Berikut cara menghitung koefisien determinasi dalam bentuk persentase yaitu dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,855 \times 100\% = 85,5\%$$

Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender dan Literasi Digital secara simultan mempengaruhi Kinerja Reseller sebesar 85,5%. Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$e = 1 - 0,855$$

$$e = 0,145$$

Jika dibuat dalam bentuk persen yaitu sebagai berikut:

$$e = 0,145 \times 100\% = 14,5\%$$

Angka 14,5% tersebut menyatakan bahwa besarnya faktor lain yang mempengaruhi kinerja reseller diluar variabel independen yang diteliti. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender yaitu 85,5% sedangkan pengaruh lain diluar variabel independen yaitu 14,5% disebabkan oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Dari nilai tersebut juga dapat disimpulkan bahwa Kinerja

Reseller dipengaruhi oleh kedua variabel independen Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel independent yaitu Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender terhadap variabel dependen, yaitu Kinerja Reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilaksanakan sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Uji parsial (Uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen X_1 Literasi Digital dan X_2 Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender secara individual (parsial) terhadap variabel dependen Y Kinerja Reseller.

1) Jika tabel r hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Jika tabel r hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Atau:

1) Jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka dikatakan signifikan.

2) Jika nilai sig. $> 0,05$ maka dikatakan tidak signifikan.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.438	2.516		-1.764	.089		
	Literasi Digital	.571	.051	.836	11.297	.000	.981	1.019
	Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender	.477	.067	.526	7.102	.000	.981	1.019

a. Dependent Variable: Kinerja Reseller

a. Dependent Variable: Kinerja Reseller

Gambar 7 Hasil Uji Parsial (uji t)

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Juli 2026

a) Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja Reseller

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai hitung variabel Literasi Digital (X_1) sebesar 11,297 sedangkan nilai t tabel sebesar 2,052 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan diperoleh nilai sig (tailed) $0,000 < 0,05$ artinya variabel Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Reseller.

b) Pengaruh Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender Terhadap Kinerja Reseller

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung variabel Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender (X_2) sebesar 7,102 sedangkan nilai t tabel sebesar 2,052 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima dan diperoleh nilai sig (tailed) $0,000 < 0,05$ artinya variabel Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender berpengaruh terhadap Kinerja Reseller.

2. Uji Hipotesis Simultan (uji f)

Uji hipotesis simultan (Uji f) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Reseller. Kriteria pengujian dengan membandingkan f hitung dengan f tabel adalah sebagai berikut:

a. F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	938.516	2	469.258	79.510	.000 ^b
	Residual	159.351	27	5.902		
	Total	1097.867	29			

a. Dependent Variable: Kinerja Reseller

b. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender, Literasi Digital

Gambar 8 Hasil Uji Simultan (uji f)

Sumber: Data primer olahan SPSS 25, Juli 2026

Berdasarkan tabel diatas, nilai F hitung yang diperoleh adalah 79,510 sedangkan nilai F tabel sebesar 3,35. Maka dapat diketahui nilai F hitung $79,510 > F \text{ tabel } 3,35$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, dan diperoleh nilai sig.(tailed) $0,000 < 0,05$ Artinya variabel Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data mengenai “Pengaruh Literasi Digital dan Motivasi Berwirausaha Berbasis Gender Terhadap Kinerja Reseller di UMKM Madu Hutan DBee's Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi digital terbukti berpengaruh terhadap kinerja reseller Madu Hutan DBee's berdasarkan hasil pengujian statistik (uji t) menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan hasil perhitungan $t \text{ hitung} = 11,297 > t \text{ tabel} = 2,052$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan diperoleh nilai sig (tailed) $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas kecakapan dan pemahaman literasi digital yang dikuasai oleh *reseller*, khususnya dalam menyajikan materi promosi visual dan mengoperasikan sistem *marketplace*, maka pencapaian performa penjualan dan kinerja *reseller* akan meningkat secara nyata.
2. Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja reseller. Semakin baik kemampuan reseller dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran dan penjualan, maka semakin tinggi pula kinerja yang dicapai.
3. Motivasi berwirausaha berbasis gender berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja reseller. Reseller yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam menjalankan usahanya, baik dari aspek penjualan maupun konsistensi usaha.
4. Literasi digital dan motivasi berwirausaha berbasis gender secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja reseller. Kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 85,5% terhadap kinerja reseller, sedangkan 14,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan literasi digital dan motivasi berwirausaha secara bersama-sama menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja reseller di UMKM Madu Hutan DBee's.
5. Motivasi berwirausaha berbasis gender terbukti berpengaruh terhadap kinerja reseller Madu Hutan DBee's berdasarkan hasil pengujian statistik (uji t) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan hasil perhitungan $t \text{ hitung} = 7,102 > t \text{ tabel} = 2,052$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima dan diperoleh nilai sig (tailed) $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa penguatan aspek psikologis wirausaha, seperti komitmen yang teguh untuk sukses, kegigihan dalam

berusaha, serta pemenuhan otonomi ekonomi berbasis gender mampu mendorong peningkatan stabilitas capaian kinerja penjualan bulanan reseller.

6. Pengaruh literasi digital dan motivasi berwirausaha berbasis gender terhadap kinerja reseller Madu Hutan DBee's secara simultan (bersama-sama) menunjukkan pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil uji f dengan nilai F hitung sebesar 79,510. Melalui pengujian koefisien determinasi (R^2), kedua variabel tersebut memberikan kontribusi kontributif yang sangat besar yaitu sebesar 85,5% terhadap tingkat keberhasilan kinerja reseller, sedangkan sisanya sebesar 14,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini (seperti kualitas produk, strategi harga, lokasi, atau kebijakan manajemen dari pihak produsen).

REFERENSI

- Mawarni, I., Sudiarti, S., Ernawati, Widiastuti, F., Mustikawati, Abdi, & Ramli, H. A. (2025). Buku Ajar MSDM (Efitra, Ed.). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Suherman, U. D., Rini, A. S., Budiawan, & Syamsulbahri. (2025). Perilaku Organisasi (M. Nailul Hikmi, S.Tr.Kes, Ed.). CV Digital Publishing Library.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Sutopo, Ed.). Alfabeta CV.
- Asnimar. (2026). *[Sesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam penelitian Anda]*.
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. Dalam P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 2, pp. 458–476). Sage Publications.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jesslyn. (2023). *[Sesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam penelitian Anda]*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Maharani, A., et al. (2025). *[Sesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam penelitian Anda]*.
- Purba, R., et al. (2026). *[Sesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam penelitian Anda]*.
- UNESCO. (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills for indicator 4.4.2*. UNESCO.