

The Influence Of Digital Literacy, Market Orientation, And Entrepreneurial Mindset On Business Sustainability

Pengaruh Literasi Digital, Orientasi Pasar Dan *Entrepreneurial Mindset* Terhadap Keberlanjutan Usaha

Muhammad Syawal Mahardhika^{1*}, R. Deni Muhammad Danial², Dicky Jhoansyah³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

syawalmahardhika@gmail.com¹, rdmdanial043@ummi.ac.id², dicky.jhoansyah@ummi.ac.id³

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital literacy, market orientation, and entrepreneurial mindset on the business sustainability of BRILink agents in Sukabumi Regency. The business sustainability of BRILink agents has become a crucial issue amidst the advancement of digital technology and intensifying competition in the financial services sector, requiring agents to adapt and manage their businesses sustainably. This study employs a quantitative approach, with the population consisting of all BRILink agents in Sukabumi Regency and a sample size of 98 respondents selected via a sampling technique. Data were collected through Likert-scale questionnaires and analyzed using instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the aid of SPSS software. The results indicate that digital literacy, market orientation, and entrepreneurial mindset each have a positive and significant partial effect on the business sustainability of BRILink agents. Simultaneous testing results further demonstrate that these three variables collectively exert a significant influence on the business sustainability of BRILink agents in Sukabumi Regency.

Keywords: *Digital Literacy, Market Orientation, Entrepreneurial Mindset, Business Sustainability.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, orientasi pasar, dan entrepreneurial mindset terhadap keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Keberlanjutan usaha agen BRILink menjadi isu penting seiring dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatnya persaingan dalam sektor layanan keuangan, yang menuntut agen untuk mampu beradaptasi dan mengelola usahanya secara berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan populasi seluruh agen BRILink di Kabupaten Sukabumi dan jumlah sampel sebanyak 98 responden yang ditentukan menggunakan teknik sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi digital, orientasi pasar, dan entrepreneurial mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha agen BRILink. Hasil pengujian simultan juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi.

Kata Kunci: Literasi Digital, Orientasi Pasar, Entrepreneurial Mindset, Keberlanjutan Usaha.

1. Pendahuluan

Bank BRI adalah salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia. Saat ini, Bank BRI berkembang pesat dan memiliki kantor pelayanan yang hampir tersebar di seluruh daerah di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh perubahan pasar dan berbagai kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang terus berkembang. Saat ini, Bank BRI telah menjadi bagian yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan beragam produk dan layanan perbankan yang lengkap, jaringan yang luas, dan teknologi canggih, Bank BRI siap memenuhi semua kebutuhan nasabahnya. Pada tahun 2012, bank dan pemerintah

meluncurkan Branchless Banking, sebuah layanan perbankan yang tidak bergantung pada kantor cabang, menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dengan klien. Pada tahun 2015, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meluncurkan program LAKU PANDAI, yang berarti Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif. Sebagai tindak lanjut dari layanan tersebut, BRI meluncurkan program BRILink. Ini pasti menguntungkan BRI karena nasabahnya tersebar di seluruh Indonesia.

Berdasarkan data resmi BRI, jumlah Agen BRILink di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 tercatat sekitar 502.000 agen, meningkat menjadi 615.000 agen pada tahun 2022, dan 720.000 agen pada tahun 2023. Pertumbuhan paling tinggi terjadi pada tahun 2024 dengan jumlah mencapai 1.060.000 agen yang tersebar di lebih dari 67.000 desa di seluruh Indonesia .



Gambar 1. Pertumbuhan Jumlah Agen BRILink Nasional (2021-2024)

Sumber : BRI *Annual Report* 2021–2024, Data Diolah Penulis, 2026

Peningkatan jumlah agen yang begitu pesat ini mencerminkan keberhasilan BRI dalam memperluas jaringan pelayanan dan memperkuat inklusi keuangan di Indonesia. Dari sisi makro, pertumbuhan ini memberikan dampak positif terhadap pemerataan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan. Keberadaan agen membantu masyarakat melakukan transaksi keuangan tanpa harus menempuh jarak jauh ke kantor cabang, sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi pelaku usaha kecil yang menjadi mitra BRI.

Keberlanjutan usaha mengacu pada kemampuan sebuah bisnis untuk bertahan dalam jangka panjang, dengan mempertimbangkan faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan (Surya et al., 2025). Menurut (Rahayu et al., 2021), keberlanjutan usaha adalah sebuah proses yang membuat usaha terus berjalan, mencakup aspek pertumbuhan, pengembangan, dan rencana untuk menjaga agar usaha dapat berlanjut serta berkembang. Fokus pada keberlanjutan jangka panjang sangat krusial dalam pengembangan usaha, karena jika tidak dikelola dengan baik, sebuah usaha bisa saja terjebak dalam keadaan stagnan dan tidak memiliki visi yang jelas untuk masa depannya (Maulana & Suyono, 2023).

Literasi digital adalah kemampuan individu atau kelompok untuk mengenali, memanfaatkan, mengevaluasi, dan menghasilkan informasi melalui teknologi digital dengan cara yang kritis dan efisien dalam beragam situasi kehidupan (Naufal, 2021). Di dalam lingkungan UMKM, literasi digital meliputi keterampilan dalam menggunakan perangkat digital, memahami aspek keamanan siber, memanfaatkan aplikasi keuangan dan pemasaran digital, serta mengatur keberadaan bisnis di platform online (Mariana et al., 2025). Kemampuan dalam literasi digital memberi kesempatan bagi para pelaku usaha untuk

menggunakan teknologi informasi dengan lebih efektif dalam mengelola bisnis mereka. Hal ini mencakup aspek seperti pemasaran melalui internet, transaksi secara digital, dan juga pengelolaan rantai pasokan di tingkat global (Susilowati et al., 2025).

Orientasi pasar adalah salah satu strategi yang bisa digunakan oleh pengusaha untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka (Theo et al., 2025). Orientasi pasar dapat meningkatkan hasil bisnis dan menjadi salah satu strategi awal yang memberikan keunggulan kompetitif yang tahan lama bagi Perusahaan (N. M. Ramdani et al., 2024). Orientasi pasar adalah cara bisnis beroperasi di mana perusahaan mengembangkan pendekatan yang harus inovatif untuk memberikan nilai tertinggi kepada konsumen, hal ini dilakukan dengan menekankan pada kepentingan jangka panjang serta keuntungan finansial (Alkadri et al., 2025).

Enteupreneurial mindset adalah sikap seseorang yang mendorong untuk melihat kesempatan, berpikir dengan cara kreatif dan inovatif, serta mencari jalan keluar saat menghadapi berbagai tantangan (Nurningsih et al., 2024). Berdasarkan pendapat (Fauziah et al., 2025). *Enteupreneurial mindset* menggambarkan keahlian dan keinginan seseorang, untuk dengan cepat dan responsif menemukan potensi, melakukan tindakan, dan memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada. *Enteupreneurial mindset* adalah sudut pandang yang membantu orang menghadapi masalah, bertindak dengan percaya diri, dan menerima tanggung jawab atas hasil yang didapat (Adiyanti & Laksniyunita, 2025).

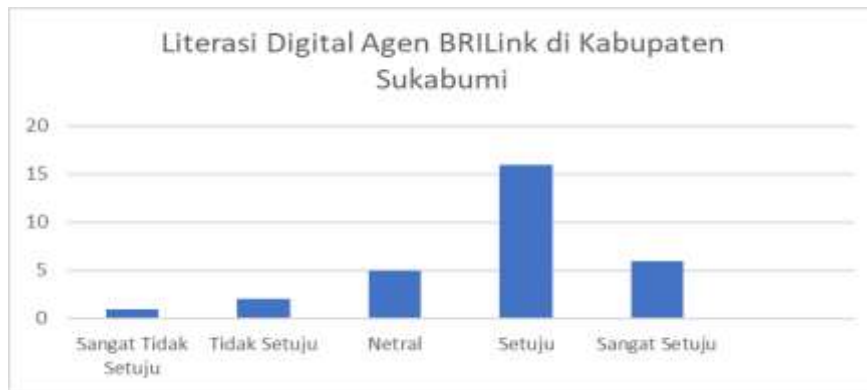
Kabupaten Sukabumi dengan luas wilayah 4.145,70 km² dan jumlah penduduk mencapai 2,59 juta jiwa merupakan salah satu wilayah dengan potensi ekonomi yang signifikan di Jawa Barat (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi, 2024). Karakteristik geografis yang beragam, mulai dari wilayah perkotaan hingga pedesaan, menjadikan keberadaan agen BRILink sangat strategis dalam mendukung inklusi keuangan.



Gambar 2. Jumlah agen BRILink Kabupaten Sukabumi (2021–2024)

Sumber : PAB kantor cabang Sukabumi, Data Diolah Penulis, 2026

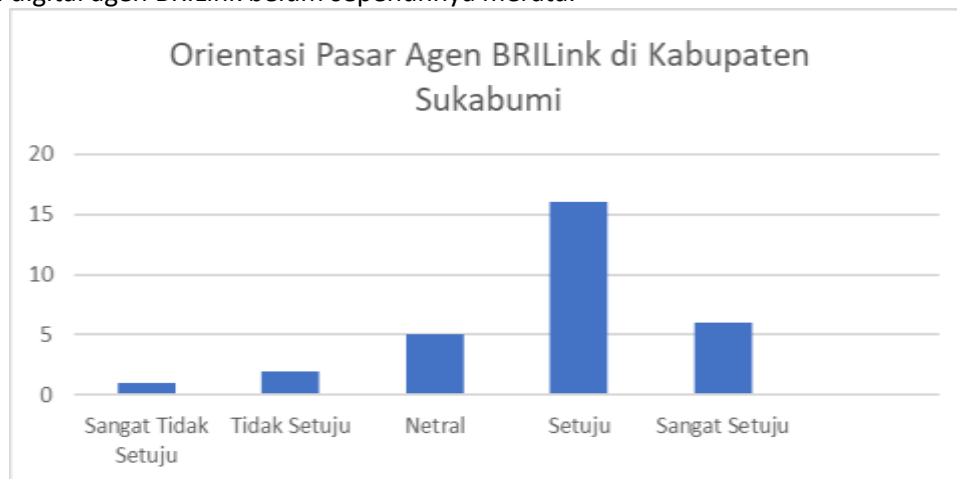
Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa selama periode 2021–2024 jumlah Agen BRILink di Kabupaten Sukabumi mengalami pertumbuhan yang konsisten secara persentase. Pada tahun 2022, jumlah agen meningkat sebesar 15,32% dibandingkan tahun 2021, dari 248 menjadi 286 agen. Pertumbuhan ini kembali terjadi pada tahun 2023 dengan kenaikan sebesar 15,73%, di mana jumlah agen bertambah dari 286 menjadi 331 unit. Selanjutnya, pada tahun 2024 tercatat peningkatan sebesar 18,43%, sehingga jumlah agen mencapai 392 unit. Hal ini menunjukkan bahwa hingga tahun 2024, jumlah Agen BRILink di Kabupaten Sukabumi terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.



Gambar 3. Literasi Digital Agen Brilink di Kabupaten Sukabumi

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa 73,3% responden menyatakan setuju dan 16,7% sangat setuju mampu menangani transaksi yang gagal atau tertunda. Namun, masih terdapat 10% responden yang menjawab netral dan tidak setuju, yang menunjukkan bahwa literasi digital agen BRILink belum sepenuhnya merata.



Gambar 4. Orientasi Pasar Agen Brilink di Kabupaten Sukabumi

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pra-penelitian, 50% responden menyatakan setuju dan 16,7% sangat setuju telah memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Meskipun demikian, 33,3% responden masih menjawab netral dan tidak setuju, sehingga orientasi pasar agen BRILink belum optimal.



Gambar 5. Enteurpreneurial Mindset Agen Brilink di Kabupaten Sukabumi

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2026

Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa 53,3% responden menyatakan setuju dan 20% sangat setuju berani mengambil keputusan yang mengandung risiko. Namun, masih terdapat 26,7% responden yang menjawab netral dan tidak setuju, yang mengindikasikan bahwa entrepreneurial mindset agen BRILink belum terbentuk secara merata.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, masih terdapat agen BRILink di Kabupaten Sukabumi yang menunjukkan tingkat literasi digital, orientasi pasar, dan entrepreneurial mindset yang belum optimal. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan kemampuan antaragen yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana literasi digital, orientasi pasar, dan entrepreneurial mindset berperan dalam mendukung keberlanjutan usaha agen BRILink.

Penelitian yang dilakukan oleh (Maulana & Suyono, 2023) yang menunjukkan literasi digital berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha. Sementara, menurut (Jihan & Lubis, 2024) menunjukkan bahwa Literasi Digital tidak berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian (Wibowo et al., 2023) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Sementara menurut (Tingal & Situmorang, 2024) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian (Ardana et al., 2023) menunjukkan bahwa *enteurpreneurial mindset* berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Sementara, menurut (Hariyadi et al., 2023) *enteurpreneurial mindset* tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terkait pengaruh literasi digital, orientasi pasar, dan *enteurpreneurial mindset* terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu, sepanjang penelusuran peneliti, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji ketiga variabel tersebut pada konteks agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Padahal, agen BRILink memiliki karakteristik usaha berbasis layanan keuangan digital yang berbeda dengan UMKM pada umumnya. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu diisi melalui pengujian empiris kembali pada objek penelitian ini.

Berdasarkan research gap yang sudah dipaparkan diatas maka penulis mengajukan judul **“pengaruh Literasi digital, Orientasi pasar dan *Enteurpreneurial mindset* terhadap Keberlanjutan usaha” (survey pada agen BRILink Se- Kabupaten Sukabumi).**

2. Tinjauan Pustaka

Grand Theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Keberlanjutan Usaha. Teori ini menjelaskan bahwa keberlanjutan dari suatu usaha adalah kemampuan usaha untuk terus ada dan tumbuh dalam waktu yang panjang. Hal ini dicapai melalui pengelolaan sumber daya yang efektif dan penyesuaian terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis (Suryana, 2014). Keberlanjutan usaha tidak hanya melihat kemampuan usaha untuk tahan lama secara finansial, tetapi juga kemampuan usaha dalam beradaptasi dengan dinamika lingkungan usaha melalui digitalisasi, inovasi, dan pengelolaan sumber daya internal yang efektif (Idris & Kusumawati, 2026)

Middle theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Berbasis Sumber Daya (Resource-Based View/RBV). Pendekatan ini menyatakan bahwa keberhasilan dan keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya dan kapabilitas internal yang (Pahlevi & Musa, 2023). Lebih lanjut, (Sukma, 2018) menjelaskan bahwa Resource-Based View menekankan pentingnya sumber daya yang bersifat unik, bernilai, dan sulit ditiru seperti pengetahuan, keterampilan, serta kapabilitas organisasi sebagai faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Applied Theory yang di gunakan dalam penelitian ini keberlanjutan usaha sebagai variabel dependent, sedangkan literasi digital, orientasi pasar dan *enteurpreneurial mindset* sebagai variabel independent.

Keberlanjutan usaha

Berbagai pakar telah memberikan definisi yang beragam tentang hal ini, yang menunjukkan bagaimana dinamisnya pemahaman teoretis mengenai konsep tersebut. Keberlanjutan usaha adalah situasi atau kondisi dari usaha, di mana terdapat langkah-langkah untuk menjaga, meningkatkan, dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada dalam suatu usaha (Hidayat et al., 2025). Keberlangsungan usaha bisa dilihat dari seberapa baik perusahaan melakukan inovasi, mengelola karyawan, dan menjaga hubungan dengan pelanggan (Nugraha Sugita & Seri Ekayani, 2022). Keberlanjutan sebuah usaha sangat bergantung pada hasil yang diperoleh. Hasil usaha menjadi faktor yang menetapkan ukuran tertentu untuk menilai keberhasilan dalam bisnis yang telah dibangun dalam menciptakan keuntungan (Andriyani & Mulyanto, 2022). Menurut (Aisyah et al., 2021), dimensi keberlanjutan usaha meliputi: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dimensi yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Literasi digital

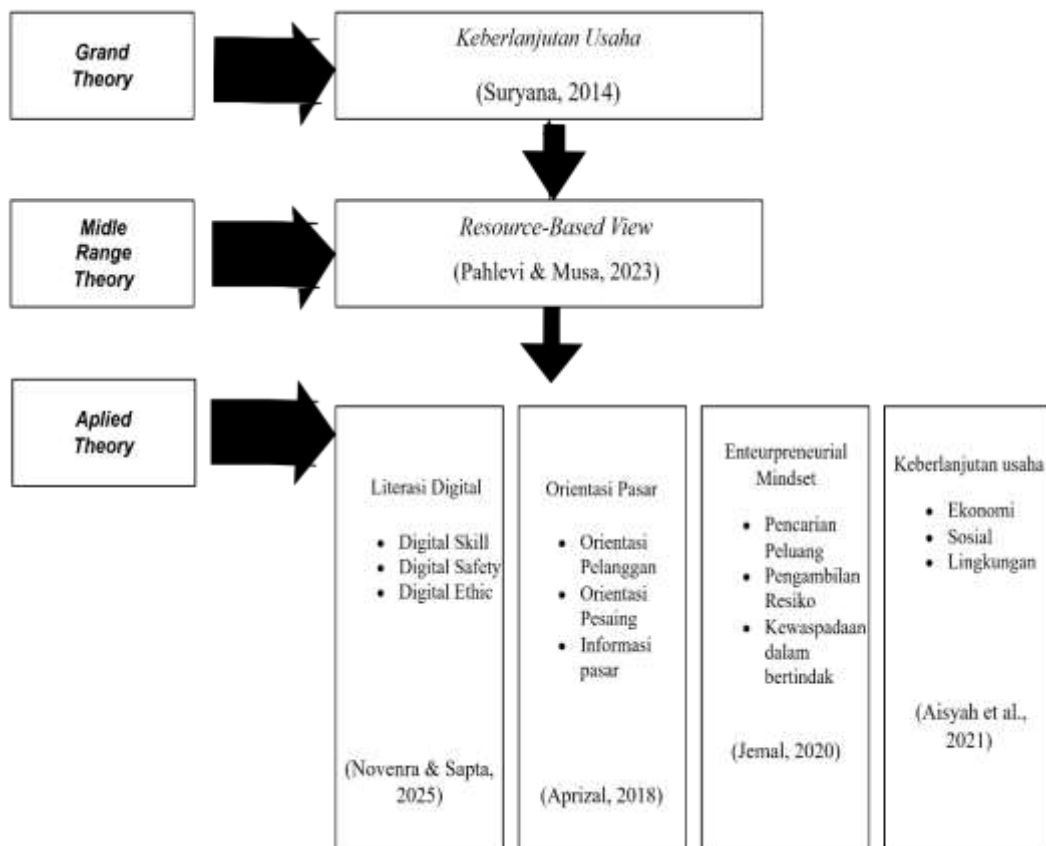
Berbagai pakar telah memberikan definisi yang beragam tentang hal ini, yang menunjukkan bagaimana dinamisnya pemahaman teoretis mengenai konsep tersebut. Literasi digital merujuk pada kemampuan dan pengetahuan dalam menggunakan media digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk mencari, menilai, menggunakan, menciptakan, dan mengatur informasi dengan cara yang sehat, bijak, cerdas, teliti, dan tepat, agar mendukung komunikasi serta interaksi dalam kehidupan sehari-hari (Oktavia & Fahriani, 2025). Menurut (Muhlis et al., 2025) literasi digital adalah kemampuan membaca dan menulis yang berbentuk atau bersumber dari media digital. Literasi digital merupakan kemampuan, bakat, dan kapasitas seseorang untuk menggunakan perangkat digital dengan baik dan memanfaatkan sumber daya digital untuk berkomunikasi dan memperoleh ilmu baru guna mencapai tindakan yang positif (Edward et al., 2023). Menurut (Novendra & Sapta, 2025), dimensi literasi digital meliputi: *digital skills*, *digital safety*, *digital ethic*, dan *digital culture*. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dimensi yang berkaitan dengan *digital skills*, *digital safety*, dan *digital ethic*.

Orientasi pasar

Berbagai pakar telah memberikan definisi yang beragam tentang hal ini, yang menunjukkan bagaimana dinamisnya pemahaman teoretis mengenai konsep tersebut. Orientasi pasar adalah sebuah budaya dalam dunia usaha yang mengharuskan organisasi untuk bersikap kreatif dalam menambah nilai terbaik untuk pelanggan. Hal ini dilakukan dengan menekankan pada kepentingan yang berjangka panjang serta keuntungan (Alkadri et al., 2025). Orientasi pasar merupakan strategi yang diadopsi oleh perusahaan untuk lebih memahami dan memenuhi keinginan pelanggan dibandingkan dengan kompetitornya (Yaskun et al., 2023). Tujuan dari orientasi pasar adalah untuk meningkatkan proses manajerial serta menjaga keselarasan antara tujuan organisasi, kompetensi, dan sumber daya dalam menghadapi perubahan peluang di pasar (Ramadhani et al., 2022). Menurut (Aprizal, 2018), dimensi orientasi pasar meliputi: orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan informasi pasar. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dimensi yang berkaitan dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan informasi pasar.

Enteupreneurial mindset

Berbagai pakar telah memberikan definisi yang beragam tentang hal ini, yang menunjukkan bagaimana dinamisnya pemahaman teoretis mengenai konsep tersebut. Menurut (G. Ramdani et al., 2023), mindset kewirausahaan (*Enteupreneurial mindset*) memiliki tujuan untuk membantu individu dalam mengelola bisnis secara lebih efektif agar memperoleh hasil yang baik. *Enteupreneurial mindset* mengembangkan kreativitas dan inovasi, karena individu terdorong untuk berpikir secara berbeda dalam menyelesaikan masalah dan menciptakan peluang bisnis baru (Khairani et al., 2025). Cara berpikir kewirausahaan juga memperkuat kemandirian finansial, di mana individu mampu menciptakan usaha mereka sendiri tanpa memerlukan penghasilan tetap dari pekerjaan formal (Akob et al., 2023). Enteupreneurial mindset adalah cara berpikir seseorang yang menunjukkan sikap proaktif, peka terhadap kesempatan, dan berani mengambil risiko untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha (Yadav & Bansal, 2021). Menurut (Jemal, 2020), dimensi *Enteupreneurial mindset* meliputi: pencarian peluang, pengambilan risiko, inovasi, kewaspadaan dalam bertindak, dan proaktivitas untuk menyelidiki. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dimensi yang berkaitan dengan pencarian peluang, pengambilan resiko, dan kewaspadaan dalam bertindak.



Gambar 6. Kerangka Konseptual
 Sumber : Diolah oleh, Penulis 2026

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif untuk menganalisis pengaruh literasi digital, orientasi pasar, dan *enteupreneurial mindset* terhadap keberlanjutan usaha Agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Populasi penelitian berjumlah 392 Agen BRILink pengguna Electronic Data Capture (EDC), dengan

sampel sebanyak 98 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel independen terdiri atas literasi digital yang diukur melalui dimensi *digital skill*, *digital safety*, dan *digital ethic*; orientasi pasar yang mencakup orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan informasi pasar; serta *entrepreneurial mindset* yang meliputi pencarian peluang, pengambilan risiko, dan kewaspadaan dalam bertindak. Variabel dependen adalah keberlanjutan usaha yang diukur berdasarkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Forms* menggunakan skala Likert lima poin dan didukung oleh wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji simultan (F), dan uji parsial (t) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keberlanjutan usaha Agen BRILink di Kabupaten Sukabumi.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini melaksanakan uji validitas dan reliabilitas pada variabel literasi digital (X1), orientasi pasar (X2), *entrepreneurial mindset* (X3), serta keberlanjutan usaha (Y). Seluruh data dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Penilaian validitas instrumen mengacu pada kriteria yang dikemukakan Ghazali (2018), yaitu nilai koefisien minimal sebesar 0,5. Sementara itu, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menetapkan nilai ambang batas sebesar 0,6 sebagai indikator konsistensi instrumen penelitian.

Tabel 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Validitas	Reliabilitas
Literasi digital	X1.1	0,555	0,776
	X1.2	0,543	
	X1.3	0,547	
	X1.4	0,623	
	X1.5	0,502	
	X1.6	0,564	
	X1.7	0,538	
	X1.8	0,523	
	X1.9	0,587	
Orientasi pasar	X2.1	0,569	0,757
	X2.2	0,612	
	X2.3	0,729	
	X2.4	0,647	
	X2.5	0,562	
	X2.6	0,577	
	X2.7	0,574	
	X2.8	0,512	
	X2.9	0,531	
Enteurpreneurial mindset	X3.1	0,564	0,781
	X3.2	0,502	
	X3.3	0,656	

	X3.4	0,713	
	X3.5	0,653	
	X3.6	0,574	
	X3.7	0,665	
	X3.8	0,565	
	X3.9	0,525	
Keberlanjutan	Y.1	0,567	0,711
usaha	Y.2	0,676	
	Y.3	0,560	
	Y.4	0,526	
	Y.5	0,508	
	Y.6	0,520	
	Y.7	0,511	
	Y.8	0,506	
	Y.9	0,581	

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, seluruh indikator penelitian menunjukkan nilai koefisien validitas yang memenuhi kriteria sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali (2018), yaitu berada di atas batas minimum 0,5. Temuan ini menegaskan bahwa setiap indikator dinyatakan valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas pada seluruh variabel memperlihatkan nilai koefisien yang melampaui batas 0,6, sehingga instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan melalui berbagai pengujian yang meliputi: Normalitas, Multikolinieritas, Autokorelasi, Heteroskedastitas, dan Linearitas. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Kriteria	Skala	Hasil	Keterangan
Asumsi klasik	Normalitas	0,05	0,070	Normal
	Multikolinieritas	T:0,1 VIF:10	T:0,777 VIF:1.287	Tidak terjadi Multikolinieritas
	Autokorelasi	Du<Dw<4-Du	(1,6015<2,059<2,985)	Tidak terjadi Autokorelasi
	Heteroskedastitas	0,05	X1 : 0,379 X2 : 0,705 X3 : 0,024	Tidak terjadi Heteroskedastitas
	Linearitas	0,05	X1-Y : 0,014 X2-Y : 0,002 X3-Y : 0,020	Linear

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap variabel literasi digital (X1), orientasi pasar (X2), dan entrepreneurial mindset (X3) yang memengaruhi keberlanjutan usaha (Y), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut berada di atas batas ketentuan 0,05, sehingga data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,777 yang melebihi batas minimum 0,1 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,287 yang berada di bawah angka 10. Temuan ini mengindikasikan bahwa antarvariabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Pada pengujian autokorelasi, nilai Durbin–Watson berada di antara batas atas (Du) dan 4–Du, yaitu $1,6015 < 2,059 < 2,3985$. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi, sehingga data dapat dianggap stabil dari waktu ke waktu. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yang menandakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian. Adapun hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara literasi digital (X1), orientasi pasar (X2), dan entrepreneurial mindset (X3) dengan keberlanjutan usaha (Y) memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antarvariabel tersebut bersifat linear.

Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dengan tahapan pengujian meliputi koefisien korelasi ganda, koefisien determinasi, uji F, analisis regresi linear berganda, serta uji t. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis

Uji	Kriteria	Skala	Hasil	keterangan
Analisis data	Koefisien korelasi ganda	0,60-0,799	0,350	Rendah
	Koefisien determinasi	Kd 1	0.509	Lemah
Uji F	Fhitung > Ftabel		32,421 > 2,47	Signifikan
Regresi berganda	linear	$Y^* = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$	$Y = 11.182 + 0.189X_1 + 0.285X_2 + 0.224X_3 + e$	Nilai konstanta positif
Uji T	$T_{hitung} > T_{tabel}$		X1-Y 2.072 > 1,986 X2-Y 2.649 > 1,986 X3-Y 2.534 > 1,986	Signifikan
		0,05	X1: 0,041 X2: 0,009 X3: 0,013	

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi ganda, diperoleh nilai sebesar 0,350 yang termasuk dalam kategori hubungan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital (X1), orientasi pasar (X2), dan entrepreneurial mindset (X3) memiliki hubungan yang rendah terhadap keberlanjutan usaha (Y). Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan

nilai R^2 sebesar 0,509, yang mengindikasikan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 50,9%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa model regresi dinyatakan layak, ditunjukkan oleh nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah $Y = 11,182 + 0,189X_1 + 0,285X_2 + 0,224X_3 + e$, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada literasi digital, orientasi pasar, dan entrepreneurial mindset masing-masing akan meningkatkan keberlanjutan usaha sebesar 0,189; 0,285; dan 0,224. Berdasarkan hasil uji t, variabel literasi digital (X_1), orientasi pasar (X_2), dan entrepreneurial mindset (X_3) memiliki nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha (Y).

Pembahasan

Pengaruh Literasi digital (X_1) Terhadap Keberlanjutan Usaha (Y)

Hasil pengujian parsial melalui uji t menunjukkan bahwa literasi digital (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha (Y) agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Hal ini dibuktikan oleh nilai t-hitung sebesar 2,072 yang lebih besar dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,986, dengan tingkat signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan adanya pengaruh literasi digital terhadap keberlanjutan usaha dinyatakan diterima. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil studi Maulana dan Suyono (2023) yang menyimpulkan bahwa literasi digital memiliki peran positif dalam menjaga kelangsungan usaha. Hal ini menguatkan pandangan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara efektif dapat menjadi sumber keunggulan dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Jihan dan Lubis (2024) yang menyatakan bahwa literasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh variasi konteks usaha, tingkat adopsi teknologi digital, serta karakteristik responden yang berbeda. Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi digital perlu diarahkan tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai keamanan dan etika digital agar keberlangsungan usaha dapat terjaga secara berkelanjutan.

Pengaruh Orientasi Pasar (X_2) Terhadap Keberlanjutan Usaha (Y)

Hasil pengujian parsial melalui uji t menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Hal ini dibuktikan oleh nilai t-hitung sebesar 2,649 yang lebih besar dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,986, dengan tingkat signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa orientasi pasar secara individual memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan usaha agen BRILink. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Wibowo et al. (2023) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Tingal dan Situmorang (2024) yang menemukan bahwa orientasi pasar memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Perbedaan temuan tersebut diduga disebabkan oleh variasi karakteristik objek penelitian, jenis usaha, serta tingkat penerapan strategi pasar pada masing-masing wilayah. Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan faktor penting dalam memengaruhi keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Oleh karena itu, penguatan orientasi pasar yang bersifat

strategis dan berbasis data perlu terus dikembangkan agar agen BRILink mampu mempertahankan serta meningkatkan keberlanjutan usahanya di masa mendatang.

Pengaruh Entrepreneurial Mindset (X3) Terhadap Keberlanjutan Usaha (Y)

Hasil pengujian melalui uji t menunjukkan bahwa Entrepreneurial mindset (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha (Y) agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 2,534 yang lebih besar dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,986, dengan tingkat signifikansi yang memenuhi kriteria pengujian. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan adanya pengaruh Entrepreneurial mindset terhadap keberlanjutan usaha dinyatakan diterima. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil studi Pratama et al. (2022) yang menyimpulkan bahwa pola pikir kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Jihan dan Lubis (2024) yang menyatakan bahwa Entrepreneurial mindset tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Perbedaan hasil tersebut diduga dipengaruhi oleh perbedaan konteks usaha, karakteristik responden, serta tingkat otonomi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis. Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Entrepreneurial mindset merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi. Oleh karena itu, penguatan Entrepreneurial mindset perlu terus dikembangkan agar agen BRILink mampu mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan usahanya di masa mendatang.

5. Penutup

s

Berdasarkan hasil penelitian, literasi digital, orientasi pasar, dan *entrepreneurial mindset* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha agen BRILink di Kabupaten Sukabumi, baik secara parsial maupun simultan. Literasi digital, khususnya pada aspek *digital ethic*, menunjukkan bahwa kesadaran agen dalam menjaga kerahasiaan data nasabah, menggunakan teknologi secara bertanggung jawab, dan meminimalkan risiko kebocoran informasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Orientasi pasar, terutama pada aspek informasi pasar, memperlihatkan bahwa kemampuan agen dalam memahami kebutuhan pelanggan, membaca dinamika pasar, dan memanfaatkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan turut memperkuat keberlanjutan usaha. Sementara itu, *entrepreneurial mindset*, khususnya kewaspadaan dalam bertindak, menunjukkan bahwa kemampuan agen dalam mempertimbangkan risiko, mengevaluasi keputusan, dan menjalankan usaha secara hati-hati mendukung stabilitas usaha dalam jangka panjang. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat kajian keberlanjutan usaha mikro berbasis integrasi kemampuan digital, orientasi pasar, dan pola pikir kewirausahaan, serta dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, atau dukungan kelembagaan. Secara praktis, agen BRILink disarankan untuk meningkatkan pengelolaan keuangan usaha, terutama dalam menjaga arus kas dan efisiensi biaya operasional, meningkatkan keberanian dalam mengambil keputusan strategis dan inovatif dengan tetap memperhitungkan risiko, serta memperkuat perhatian terhadap strategi pesaing agar daya saing dan keberlanjutan usaha dapat terjaga di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Daftar Pustaka

- Adiyanti, S. A., & Laksniyunita, W. (2025). *Peran Entrepreneurial Mindset dan Kompetensi SDM sebagai Faktor Penentu dalam Meningkatkan Motivasi Kewirausahaan*. 9(3), 754–763.
- Aisyah, S., Suhardiyah, M., & Firdausia, Y. K. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

- Keberlanjutan Usaha Travel Pt Dwi Karya Gm Tour And Travel Sidoarjo*. 2(3).
- Akob, M., Tangngisalu, J., Fajriah, Y., Qiftih, K. M., Mangerangi, M. N. A., & Halik, S. (2023). *Mengenal Dasar-Dasar Kewirausahaan dan Membangun Mindset Entrepneur*. 3(3).
- Alkadri, R., Yunita, N., Alfifto, & Royani, I. (2025). *Analisis Hubungan Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Kuliner di Kecamatan Medan Maimun*. 4(2), 3087–3092.
- Andriyani, M., & Mulyanto, H. (2022). *Inklusi Keuangan : Pemoderasi Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Pendahuluan*. 2(98), 1–10.
- Aprizal. (2018). *Orientasi pasar dan keunggulan bersaing*.
- Ardana, erico janu, Khalikussabir, & Abs, m khoirul. (2023). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Kreativitas Pengusaha Melalui Implementasi Teknologi Terhadap Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus Mitra Usaha Putra Ardana Farm Malang)*. 14(02), 313–322.
- Edward, E., Chairunnisa, F., & Siregar, A. P. (2023). *Digitalpreneur Competency Model and Digital Literacy on MSME Business Performance in Jambi Province*. 4(3), 473–482.
- Fauziah, L., Gumilar, G., & Kurniawan. (2025). *Pengaruh Entrepreneurial Competence, Entrepreneurial Mindset Dan Digital Literacy Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK*. 2(2), 190–197.
- Hariyadi, V. M., Hermawan, H., & Winahyu, P. (2023). *Pengaruh Self Efficacy dan Enterepreneur Mindset Terhadap Keberhasilan Usaha*. 234–247.
- Hidayat, A. A., Amir, M. F., Muis, M., Ekonomi, F., Agama, I., Negeri, I., & Bone, I. (2025). *Analisis Efektivitas Budgeting Terhadap Keberlanjutan Usaha (Studi Pada Umkm Di Watampone)*. 8(3), 745–754.
- Idris, A. Y., & Kusumawati, E. (2026). *Keberlanjutan Usaha UMKM: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Digitalisasi Bisnis, Modal Usaha, Model Inovasi Bisnis*. 7, 418–433.
- Jemal, S. (2020). *Effect Of Entrepreneurial Mindset And Entrepreneurial Competence On Performance Of Small And Medium Enterprise , Evidence From*. 2(7), 476–491.
- Jihan, S., & Lubis, T. A. (2024). *PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN STRATEGI BISNIS ONLINE TO OFFLINE (O2O) TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY DI ERA DIGITAL DENGAN EMPLOYEE CREATIVITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA UMKM MITRA MARKETPLACE PARTO . ID)*. 13(05), 1856–1868.
- Khairani, N., Wibowo, A. P., Aritonang, A. P., & Hutasoit, E. (2025). *Studi Literatur : Peran Entrepreneurial Mindset dalam Membangun Ketahanan Bisnis Stratup di Kalangan Mahasiswa*. 5, 5737–5748.
- Mariana, R., Wadu, B., & Kraugusteeliana, K. (2025). *Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi : Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform*. 14, 1608–1618.
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Berbasis Syariah*. 9(03), 4256–4271.
- Muhlis, N. M., Dahlan, F., & Majojo, M. Y. (2025). *Pengaruh Literasi Digital Dan Media Sosial Facebook Terhadap Pendapatan Usaha Rumah Tangga (Studi kasus pada usaha rumah tangga Umi Tum)*. 11(September), 340–350.
- Naufal, H. A. (2021). *Literasi digital*. 195–202.
- Novendra, I., & Sapta, A. (2025). *Pentingnya Literasi Digital sebagai Keterampilan Fundamental bagi Siswa Sekolah Menengah Pertama di Era Pendidikan 4 . 0 Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*. 3(2), 807–812.
- Nugraha Sugita, I. K. D., & Seri Ekayani, N. N. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Akses Permodalan Terhadap Keberlanjutan UMKM Pada Bidang Fashion Di Kota Denpasar*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 118–126. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.845
- Nurningsih, S., Rosya, N. D., Saputri, T. A., Giyan, S. A. R., Ihsan, M., & Reksabil, K. A. (2024).

- Pengaruh Efikasi Diri, Sikap Kewirausahaan, Dan Pola Pikir Kewirausahaan Terhadap Niat Kewirausahaan.* 5, 320–328.
- Oktavia, I., & Fahriani, D. (2025). *Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kualitas Pelaporan Keuangan UMKM di Desa Gagang Panjang.*
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). *Manajemen strategi.* Penerbit intelektual karya nusantara.
- Rahayu, W. P., Martha, D. D. K. J. A., Ningsih, G., & Hapsari, N. T. (2021). *The Role Of Digital Marketing, Innovation, Self-Efficacy In Business Sustainability At The Rengginang Industrial Centre In The New Normal Era.* 24(6), 88–95.
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk , Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19.* 2(2), 344–354.
- Ramdani, G., Sadiyah, A., & Srigustini, A. (2023). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset Terhadap Minat Berwirausaha Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Berwirausaha.* 1(3), 497–513.
- Ramdani, N. M., Danial, R. D. M., & Ramdan, M. (2024). *Analisis Orientasi Pasar dan Kemampuan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM (Survei UMKM Makanan Ringan di Kota Sukabumi).* 453–459. <https://doi.org/10.37034/jems.v7i4.126>
- Sukma, H. A. (2018). *Perspektif The Resource Based View (Rbv) Dalam Membangun Competitive Advantage.* 75–89.
- Surya, E. P., Rahayu, W. P., & Dhewi, T. S. (2025). *Determinasi Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Umkm : A Systematic Literature Review (SLR).* 14(03), 1129–1143.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses menuju sukses.*
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., & Santosa, M. H. (2025). *Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional.* 4(1), 2554–2558.
- Theo, K., Nugroho, A., & Natasari, N. (2025). *Dampak Orientasi Pasar Hijau Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Kawasan Pariwisata Situ Buleud Purwakarta.* 14, 1680–1688.
- Tingal, J. M., & Situmorang, T. P. (2024). *Pengaruh Orientasi Pasar , Inovasi Produk dan Kinerja UMKM terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Waingapu.* 13, 684–694.
- Wibowo, T. S., Menuk, C., & Handayani, S. (2023). *International Journal of Social Science Research and Review.* 6(12), 274–288.
- Yadav, A., & Bansal, S. (2021). *Viewing marketing through entrepreneurial mindset : a systematic review.* (2002). <https://doi.org/10.1108/IJOEM-03-2019-0163>
- Yaskun, M., Hermawan, A., Rahayu, W. P., Orientation, M., Orientation, E., & Advantage, C. (2023). *THE EFFECT OF MARKET ORIENTATION , ENTREPRENEURIAL ORIENTATION , INNOVATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE ON BUSINESS PERFORMANCE OF* Article history : Keywords : Market Orientation ; Entrepreneurial Orientation ; Innovation ; Competitive Advantage ; MSMEs Business Performance . *The Effect of Market Orientation , Entrepreneurial Orientation , Innovation and Competitive Advantage on Business.* 1–21.