

Strategi Literasi Digital Mendorong UMKM Elektronik *Go Online*

Ilma Lailatul Qodar^{1*}, Trisni Handayani²

^{1,2} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Jl. Tanah Merdeka Kp. Rambutan, Jakarta, Indonesia 13750

*e-mail : ilma.ilq12@gmail.com

ABSTRAK

Artikel Info

Received :

20 September 2022

Revised :

24 September 2022

Accepted :

15 November 2023

Kata Kunci :

Digitalisasi, Go Online,
Literasi Digital, UMKM

Keywords :

Digitalitation , Go Online,
Digital Literacy, MSMEs

Pandemi Covid-19 telah menurunkan daya beli masyarakat dan membuat kegiatan masyarakat menjadi serba *online*. Literasi digital perlu dilakukan para pelaku UMKM khususnya UMKM Elektronik, yang dimana mereka masih melakukan kegiatan jual beli secara *offline* baik dari segi promosi, pemasaran, serta komunikasi pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi literasi digital pelaku UMKM Elektronik melakukan *go online*. Literasi digital sebagai upaya perubahan dan perkembangan kegiatan berdasarkan keterampilan dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dengan menggunakan teknik analisis data *Reduction, Display and Conclusion*. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Elektronik kelurahan Rambutan, Jakarta Timur. Hasil penelitian menunjukkan kepehaman teknologi UMKM Elektronik sebesar 88% berdasarkan kemampuan literasi digital yang dimiliki, diperoleh melalui kegiatan literasi digital yang dilakukan serta mendapat banyak manfaat bagi sistem penjualan online.

Digital Literacy Strategy Encourages Electronic MSMEs to Go Online

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has reduced people's purchasing power and made people's activities all online. Digital literacy needs to be carried out by MSME actors, especially Electronic MSMEs, where they still carry out offline buying and selling activities both in terms of promotion, marketing, and service communication. This study aims to determine the implementation of digital literacy for Electronic MSME actors to go online. Digital literacy is an effort to change and develop activities based on skills and knowledge by utilizing technology. This study uses a qualitative descriptive approach using data analysis techniques Reduction, Display and Conclusion. This research was conducted at the Electronic MSMEs, Rambutan village, East Jakarta. The results showed that 88% of the understanding of Electronic MSME technology was based on the digital literacy capabilities they had, obtained through digital literacy activities carried out and received many benefits for the online sales system.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 melanda semua negara di dunia sangat mempengaruhi setiap aspek kehidupan masyarakat. Di Indonesia, hampir semua sektor akan terpengaruh mulai Maret 2020, terutama ekosistem ekonomi yang menjadi fokus masyarakat. Selain itu, pandemi Covid-19 dengan berbagai turunannya memperlambat sektor ekonomi Indonesia. Sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi, sangat terpengaruh. Hal ini menjadi perhatian semua pihak, karena sektor UMKM mengalami kemunduran besar (Puspasari, 2020). Berdasarkan data dari badan pusat statistik terjadinya penurunan ekonomi Indonesia sekitar 2,07% dimasa pandemi ini (BPS, 2021). Diketahui bahwa UMKM termasuk salah satu praktik bisnis yang paling populer di masyarakat, dengan banyaknya pelaku UMKM menjadikan industri ini sebagai salah satu alat penggerak perekonomian negara.

Pada penelitian terdahulu menyatakan telah diketahui bahwa pandemi Covid-19 telah menurunkan daya beli masyarakat dan mengubah perilaku konsumen secara mendasar. Ini karena masyarakat umum telah mengurangi interaksi di luar ruangan untuk menekan tingkat penyebaran virus. Akibatnya, banyak konsumen yang menjaga jarak dan beralih secara digital. Serta banyaknya UMKM yang harus menutup tokonya karena berkurangnya pembelian dan tetap mengandalkan penjualan offline. Akibatnya, beberapa sektor UMKM yang tidak beradaptasi secara digital akhirnya terkena imbas buruk dan menutup cabangnya. Meski demikian, pandemi Covid-19 secara tidak langsung merevolusi gaya bisnis Indonesia. Pergeseran tersebut merupakan pergeseran dari bisnis offline ke online, yang juga dikenal sebagai fenomena digital entrepreneurship (Veranita et al., 2021).

Digitalisasi dapat mengurangi adanya kontak langsung antar individu sehingga dapat meminimalkan risiko penyebaran virus covid-19, menjadi suatu tantangan sulitnya yaitu meningkatkan literasi bagi UMKM sehingga siap memasuki sistem digital (Wijoyo et al., 2020). Media sosial dan *marketplace* dapat menjadi konsep yang mendorong akses pemasaran yang lebih luas bagi para pelaku UMKM. Perkembangan teknologi menuntut pelaku ekonomi untuk beradaptasi dengan kondisi dan transformasi digital (Arianto, 2020). Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alimudin and Dharmawati, 2022) bahwa sosial media sangat efektif dalam proses pemasaran atau periklanan dengan jangkauan yang luas serta tak terbatas jarak dan waktu.

Dilansir dalam kompas.com oleh (Kiki Safitri, 2021) bahwa harapan Indonesia dalam transformasi digital UMKM ditargetkan dapat mencapai 30 juta UMKM yang sudah berbasis digital di tahun 2030. Hal tersebut disampaikan oleh bapak Presiden Joko Widodo berdasarkan rapat terbatas pada Kamis 11 Juni 2021 dengan instruksi untuk mempercepat proses digitalisasi UMKM dengan melihat peluang ekonomi digital yang saat ini sangat besar di kancah global. Pada realitanya berdasarkan data dari Indonesian E-commerce Association (IdeA) baru terdapat 13,7 juta pelaku UMKM Indonesia yang sudah transformasi menjadi digital hingga Mei 2021 atau hanya sekitar 21% dari 64,2 juta total UMKM di Indonesia.

Pengembangan digital pada UMKM masih terdapat masalah yang dihadapi UMKM Indonesia menuju transformasi digital bisnis dilansir dari kompas.com menurut advertorial pada 2020 yaitu pertama, permasalahan utama yang menghalangi UMKM untuk melakukan digital adalah keterbatasan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam menggunakan teknologi dan platform digital. Kedua, kurang mengertinya para pelaku UMKM dalam mengunduh aplikasi untuk menjual produknya, mengunggah informasi dan foto terkait produk ke situs e-commerce. Ketiga, belum terarahnya para pelaku UMKM dalam

menentukan platform digital yang akan mereka gunakan dalam memperluas dan menjangkau para konsumennya. Oleh karena itu dengan adanya permasalahan digital yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya menuju transformasi digital yaitu dengan diberlakukannya literasi digital yang dapat dilakukan para pelaku UMKM mulai dari bergabungnya para pelaku UMKM dengan komunitas UMKM hingga mencari mentor, mengikuti berbagai kursus online/pelatihan online dan mengikuti webinar digital bisnis. (Advertorial, 2020). Banyak pelaku ekonomi Indonesia, khususnya usaha mikro dan kecil dan menengah yang belum kompeten menggunakan teknologi (Pusparisa, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dilihat secara nyata bahwa literasi digital perlu dilakukan para pelaku UMKM khususnya UMKM Elektronik, yang dimana mereka masih melakukan kegiatan jual beli secara offline baik dari segi promosi, pemasaran, serta komunikasi pelayanan. Selain itu, kemampuan literasi digital juga perlu diimplementasikan untuk mengetahui dampak yang dirasakan ketika pelaku UMKM Elektronik melakukan go online. (Syifa et al., 2021) menjelaskan bahwa jika pelaku UMKM mengetahui pentingnya Digital marketing bagi usahanya maka akan termotivasi menggunakan Digital marketing sebagai sarana promosi dan komunikasi pada usahanya di masa pandemi dan seterusnya.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Hasan et al., 2021) menjelaskan pada hasil penelitiannya, ada 6 tahapan yang dapat dilakukan UMKM dalam proses tranformasi digital yaitu memahami literasi digital, merencanakan sumber daya yang dibutuhkan dan menganalisis kebutuhan konsumen digital, mendesain ulang, mempersiapkan anggaran, melakukan kemitraan, serta implementasi.

Transformasi digital dapat dilakukan setiap pelaku UMKM perlunya strategi dalam melakukan transformasi digital, maka literasi digital diharapkan dapat memberikan manfaat untuk kemajuan digital bisnis para UMKM seperti mempermudah para pelaku UMKM mencari informasi terbaru, memperluas jaringan sosial UMKM secara lokal, domestik bahkan dunia, meningkatkan pangsa pasar para pelaku usaha menggunakan media sosial dan toko online, meningkatkan komunikasi antar pihak pembeli / penjual / supplier / distributor, dan meningkatkan kesadaran para pelaku usaha bahwa masih banyak peluang yang dapat dimanfaatkan melalui pengembangan kreativitas dan inovasi kewirausahaan. Harapannya kegiatan literasi digital dapat menjadi salah satu gerakan pendukung bagi UMKM dan juga pemerintah Indonesia dalam rangka meningkatkan jumlah entrepreneur sukses di Indonesia. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Adnyana and Martini, 2021) bahwa pentingnya dilakukan literasi untuk meminimalisir hal buruk dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan penjelasan tersebut tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi literasi digital pelaku UMKM Elektronik go online. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi literasi digital bagi pelaku UMKM Elektronik dengan maksud dapat menjadi pedoman melakukan ketika go online.

KAJIAN TEORI

Literasi Digital

Transformasi digital akan berhasil jika pelaku usaha memiliki literasi digital meliputi : paham teori digital bisnis, memiliki keterampilan, memiliki anggaran yang cukup, memiliki kemampuan bermitra dan mampu mengimplementasikan kemampuan dan keterampilan yang sudah dimiliki (Hasan et al., 2021). Teori literasi digital yang kemukakan oleh (Gilster, 1997) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa literasi digital dilihat dari kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi berbagai sumber yang di dapatkan dari internet.

Menurut (Fitriani, 2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Literasi digital atau kompetensi digital merupakan konsep baru yang menggambarkan keterampilan individu terkait dengan teknologi. Jika kompetensi lama berupa kompetensi kalibrasi, maka kompetensi baru berupa kompetensi data, kompetensi teknis, dan kompetensi manusia. Dapat diartikan literasi digital melibatkan subjek, objek dan proses.

Literasi digital yaitu penggunaan teknologi digital dan sarana komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, mengevaluasi, membangun pengetahuan baru, berkomunikasi dengan orang lain, dan berpartisipasi secara efektif, minat, sikap, kemampuan masyarakat (Setyaningsih et al., 2019). Literasi digital merupakan kemampuan berpartisipasi dalam pengetahuan teknologi secara efektif untuk masyarakat (Winarsih & Furinawati, 2018). Literasi digital adalah pengetahuan dan keterampilan untuk bekerja dengan media digital, alat komunikasi, atau jaringan. Dalam mencari, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan menggunakan informasi dengan bijak, cermat, dan akurat sesuai dengan aturan dan undang-undang yang berlaku. Komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam suasana wabah pandemic, yang menuntut kita untuk dapat menggunakan dan mengikuti perkembangan media digital saat ini (Suherdi, 2021).

Dari penjelasan di atas mengenai literasi digital dapat saya simpulkan bahwa literasi digital sebagai upaya perubahan dan perkembangan berdasarkan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki dengan memanfaatkan teknologi.

Literasi digital memiliki beberapa tujuan : (1) Pendidikan Menambah pengetahuan umum dengan membaca berbagai informasi bermanfaat (2) Bantu orang memperdalam pemahaman untuk menarik kesimpulan positif dari informasi yang dibaca. (3) Meningkatkan kemampuan untuk mengevaluasi secara kritis penelitian tertulis atau akademis. (4) Mendukung tumbuh dan berkembangnya budaya literasi di masyarakat luas (5) Membantu tumbuh dalam diri seseorang dan mengembangkan kepribadian yang baik (6) Tingkatkan nilai kepribadian seseorang melalui kegiatan literasi (7) Meningkatkan kualitas penggunaan waktu dan menjadikannya lebih bermanfaat (Suherdi, 2021).

Manfaat literasi digital: (1) Perbanyak kosa kata (2) Membantu mengoptimalkan kinerja otak. Karena sering digunakan untuk membaca dan menulis (3) Cari dan dapatkan informasi dan tambahkan wawasan baru (4) Tingkatkan kemampuan bahasa Anda (5) Meningkatkan keterampilan berpikir analitik (6) Membantu meningkatkan konsentrasi (7) Tingkatkan keterampilan menulis seseorang dengan banyak kata yang bermakna (Suherdi, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti et al., 2021) dijelaskan literasi digital mampu membekali individu dengan pengetahuan dalam hal keterampilan, pengetahuan dan pemahaman ketika menggunakan alat komunikasi dan media digital. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Reddy, Sharma and Chaudhary, 2020) yang menyatakan bahwa “Digital literacy is a person's technological ability, a person can be said to be digital or technology literate if he has 5 abilities, namely first, the ability to have knowledge of ICT technology developments and use it effectively and efficiently. second, namely cognitive skills by conducting evaluation strategies to assess quality. Third, understand the relationship between technology and social or life. Fourth, the ability to provide socialization or knowledge to others. Fifth, the ability to estimate the impact and validity period of digital information for the public and others” dijelaskan seseorang disebut paham teknologi ketika memiliki 5 kemampuan literasi digital.

Hasil penelitian dari (Irawan et al., 2022) diketahui bahwa literasi digital menjadi suatu aktivitas csr yang dilakukan para pelaku bisnis di Indonesia di saat masa pandemi covid-19. Berdasarkan penelitian terdahulu dijelaskan jika pelaku usaha kecil sering mengikuti forum

kewirausahaan akan mendapat lebih banyak keuntungan karena dengan mengikuti forum akan meningkatkan pengetahuan mengenai usahanya (Zahro, 2020).

UMKM

UMKM termasuk salah satu praktik bisnis yang paling populer di masyarakat, dengan banyaknya pelaku UMKM menjadikan industri ini sebagai salah satu alat penggerak perekonomian negara (Tahir *et al.*, 2021). Pernyataan tersebut diperkuat oleh (Rawun, 2019) UMKM disebut memiliki peran dan dampak sangat penting dalam penyerapan tenaga kerja suatu daerah sehingga dapat meningkatkan perekonomian suatu daerah dan termasuk usaha yang dapat bertahan dalam kondisi kemunduran berbisnis dibanding usaha lainnya.

Menurut (Arifqi, 2021) menyebutkan UMKM menjadi solusi dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dimasa pandemi Covid 19 karena dapat dijalankan secara individu dan tidak melibatkan sektor industri serta tidak bekerjasama dengan pihak manapun, dalam penelitian UMKM juga disebut sebagai harapan dalam pemulihan perekonomian masyarakat di kondisi yang sangat sulit.

UMKM berperan aktif dan sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat yang mampu menciptakan kreativitas masyarakat dengan menginovasikan unsur kebudayaan masyarakat setempat serta mampu menggerakkan perekonomian nasional yang mencakup semua sektor usaha (Sulestiyono *et al.*, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. (Sugiyono, 2017) mengemukakan penelitian kualitatif yaitu metode penelitian disebut sebagai metode naturalistik karena dilakukan secara alamiah atau natural. Diperkuat lagi oleh (Rosyada, 2020) kualitatif bentuk penelitian yang prosedur dan metodenya sangat spesifik berdasarkan teori kebenaran secara ilmiah, berfokus pada keragaman data lapangan tanpa keinginan untuk menggeneralisasikan. Peneliti sengaja memilih metode kualitatif karena penelitian ini menganalisa suatu fenomena yang terjadi secara langsung di lapangan.

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM Elektronik di kelurahan Rambutan Jakarta Timur, berdasarkan hasil observasi populasi pada penelitian ini berjumlah 3 dari 12 UMKM Elektronik di kelurahan Rambutan, Jakarta Timur yang sudah go online dan sudah melakukan literasi digital.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan model Miles and Huberman yang terdiri dari proses pengumpulan data, data reduksi, penyajian data dan membuat kesimpulan (Raibowo, Nopiyanto and Muna, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Literasi Digital dan Implementasi go online UMKM Elektronik. Transformasi atau go online yang dilakukan UMKM Elektronik di Kelurahan Rambutan dilakukan karena melihat kondisi perkembangan teknologi, kondisi pandemi covid-19 yang harus meminimalisir kontak langsung antar individu. Pernyataan ini sepaham dengan penelitian yang menyatakan Komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam suasana wabah pandemi, yang menuntut kita untuk dapat menggunakan dan mengikuti perkembangan media digital saat ini (Suherdi, 2021)

Literasi digital dalam penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningsih *et al.*, 2019) penggunaan teknologi digital dan sarana komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, mengevaluasi, membangun pengetahuan baru, berkomunikasi dengan orang lain, dan berpartisipasi secara efektif, minat, sikap,

kemampuan masyarakat. Berdasarkan hasil temuan yang peneliti kumpulkan bahwa penggunaan teknologi digital yang sudah dilakukan UMKM Elektronik yaitu sudah mengakses beberapa media sosial seperti whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mengelola informasi yang didapat serta mengintegrasikannya pada kegiatan penjualan online dan pembelian online, juga mengevaluasi setiap hasil yang kurang sesuai keinginan dan kendala yang diterimanya pada saat melakukan pemasaran online. Tidak hanya proses penggunaan teknologi tetapi UMKM Elektronik juga menambah pengetahuan baru melalui kegiatan webinar, Youtube yang diakses dan komunitas yang diikuti. Dapat disimpulkan bahwa UMKM Elektronik sudah melakukan literasi digital dalam setiap kegiatan go online-nya.

(Suherdi, 2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa literasi digital meliputi pengetahuan dan keterampilan untuk bekerja dengan media digital, alat komunikasi atau jaringan. Dalam mencari, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan menggunakan informasi dengan bijak, cermat dan akurat sesuai dengan aturan dan undang-undang yang berlaku. Komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari seperti dalam suasana wabah pandemi yang menurut kita untuk dapat menggunakan dan mengikuti perkembangan media digital saat ini.

Berdasarkan hasil temuan UMKM Elektronik sudah menggunakan media teknologi yaitu handphone dan menerapkan dengan 4 aplikasi meliputi 3 aplikasi untuk penjualan online yaitu olx, facebook dan whatsapp, kemudian 1 aplikasi untuk pembelian online yaitu shopee. Komunikasi yang dilakukan UMKM Elektronik dengan pelanggan yaitu melalui chat aplikasi dan whatsapp, respon chat pelanggan diusahakan selalu fast respon.

Berdasarkan temuan peneliti bahwa owner dan staf UMKM Elektronik sudah memiliki kemampuan literasi digital yang baik seperti pengetahuan dalam mencari informasi, memilih informasi dan menerapkan informasi digital yang didapat. Hasil temuan tersebut sesuai dengan teori literasi digital yang kemukakan oleh (Gilster, 1997) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa literasi digital dilihat dari kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi berbagai sumber yang di dapatkan dari internet.

Berdasarkan hasil temuan yang sudah peneliti memperoleh maka yang dimaksud kemampuan literasi digital yang baik itu dapat dilihat dari hasil atau bukti-bukti literasi digital yang dilakukan oleh para informan seperti mengikuti webinar, mencari informasi dengan menonton Youtube terkait digital bisnis dan bergabung dengan komunitas yang sebidangnya untuk saling bertukar pengalaman mengenai digital bisnis.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Suherdi, 2021) diketahui beberapa manfaat dari literasi digital: (1) Perbanyak kosa kata (2) Membantu mengoptimalkan kinerja otak. Karena sering digunakan untuk membaca dan menulis (3) Cari dan dapatkan informasi dan tambahkan wawasan baru (4) Tingkatkan kemampuan bahasa Anda (5) Meningkatkan keterampilan berpikir analitik (6) Membantu meningkatkan konsentrasi (7) Tingkatkan keterampilan menulis seseorang dengan banyak kata yang bermakna. Beberapa pernyataan tersebut akan dijelaskan lebih detail sesuai keadaan serta manfaat yang didapat oleh UMKM Elektronik dalam melakukan literasi digital di tokonya :

a. Memperbanyak kosa kata.

Dari literasi digital yang dilakukan maka UMKM Elektronik sudah mengerti beberapa kosakata dalam penjualan *online* seperti : *COD, platform, transfer, link shop, marketplace* dan singkatan-singkatan lainnya.

b. Menambah wawasan baru

Dengan mencoba beberapa marketplace baru untuk melakukan penjualan *online*, serta mempelajari bagaimana cara kerja aplikasi tersebut.

c. Meningkatkan kemampuan bahasa

Bahasa yang bisa digunakan dalam penjualan berbeda dengan bahasa sehari-hari digunakan maka itu dengan literasi digital.

d. Meningkatkan keterampilan berpikir analitik

Yaitu dapat mencoba segala strategi atau *plan* lain ketika bertemu dengan kendala-kendala dalam melakukan *go-online*.

e. Tingkatkan keterampilan menulis

Keterampilan menulis meningkat karena staff dari UMKM Elektronik sudah mengikuti *webinar* yang berhubungan dengan *copywrite* sehingga *caption* atau deskripsi produk yang ditulis dapat menarik minat konsumen untuk membeli produknya.

Penjelasan di atas mengenai manfaat literasi digital yaitu berupa pengetahuan digital bisnis, berdasarkan hasil temuan yang diperoleh peneliti menemukan di UMKM Elektronik ada beberapa manfaat lain yang didapatkan sebagai berikut.

a. Meningkatnya omset/penghasilan

Dilihat peningkatan omset dari *offline* ke *online* juga ketika melakukan literasi digital, disebutkan oleh owner dan staf UMKM Elektronik bahwa omset naik 50-100% dari sebelumnya.

b. Mempermudah Promosi

Promosi yang dilakukan UMKM Elektronik dalam memasarkan produknya gratis tanpa ada biaya administrasi sepeser pun dan berjangka satu bulan dapat diperbarui kembali, jadi dengan mudah dilakukan tanpa sulit harus melakukan pemasaran secara manual/*offline* dan berbayar. Juga mengurangi biaya promosi toko.

c. Mempercepat produk terjual

Dijelaskan berdasarkan hasil temuan yaitu dengan literasi digital pembeli mudah tertarik dengan produk yang dijual UMKM Elektronik karena *copywrite* yang ditampilkan sangat persuasif, sehingga jangka waktu produk terjual sangat cepat.

Pernyataan di atas sesuai dengan penjelasan pada penelitian yang dilakukan oleh (Zahro, 2020) Jika pelaku usaha kecil sering mengikuti forum kewirausahaan akan mendapat lebih banyak keuntungan karena dengan mengikuti forum akan meningkatkan pengetahuan mengenai usahanya.

Dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh (Reddy, Sharma and Chaudhary, 2020) bahwa seseorang disebut paham teknologi ketika memiliki 5 kemampuan yang pertama, pengetahuan tentang TIK. Kedua, keterampilan kognitif menyusun strategi evaluasi untuk menilai kualitas. Ketiga, kemampuan memahami hubungan antara teknologi dan sosial atau kehidupan. Keempat, kemampuan memberikan sosialisasi atau pengetahuan kepada orang lain. Kelima, kemampuan memperkirakan dampak dan masa berlaku informasi digital bagi publik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti bahwa tingkat kephahaman teknologi UMKM elektronik sebesar 88% berdasarkan kemampuan literasi digital yang dimiliki sebagai berikut:

1. Pengetahuan tentang TIK Sudah dimiliki seperti pemahaman mengenai penggunaan *marketplace* dan strategi berhasil penjualan di *marketplace*
2. Keterampilan kognitif mengenai strategi evaluasi untuk menilai kualitas yang diterapkan oleh UMKM elektronik dengan melakukan literasi digital, seperti mengikuti webinar, mencari pengetahuan di YouTube serta mencari pengalaman dengan mengikuti komunitas elektronik
3. Memahami hubungan antara teknologi dan sosial atau kehidupan ditunjukkan dengan implementasi proses penjualan secara *online* yang sudah dilakukan oleh UMKM elektronik untuk meningkatkan penghasilan.

4. Kemampuan memberikan sosialisasi atau pengetahuan kepada orang lain, kemampuan ini masih kurang optimal karena hanya diimplementasikan pada komunitas yang diikuti dengan membagikan pengalaman yang telah dilakukan serta bertukar pengalaman
5. Kemampuan memperkirakan dampak dan masa berlaku informasi digital bagi publik, sudah dijelaskan dalam proses *go online* mengenai perkembangan serta hasil yang didapatkan dari penerapan literasi digital UMKM elektronik.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan mengenai “Strategi Literasi Digital Mendorong UMKM Elektronik Go Online” maka dapat disimpulkan penerapan literasi digital dan implementasi go online UMKM Elektronik dapat meningkatkan pemahaman teknologi menjadi 88% berdasarkan kemampuan literasi digital yang dimiliki, yang diperoleh melalui kegiatan *webinar* terkait bisnis digital dan *copywrite*, mencari pengetahuan digital bisnis dengan menonton *youtube*, serta mengikuti komunitas bidang elektronik dengan tujuan bertukar pengalaman baik terkait produk maupun pemasaran online produk. Penerapan go online dilakukan dengan beberapa alasan yaitu adanya pandemi covid-19 untuk meminimalisir kontak langsung antar individu, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat sudah masuk teknologi 4.0 dimana segalanya serba online.

REFERENSI

- Adnyana, I. G. S. and Martini, I. A. O. (2021) ‘Mengulik Pentingnya Teknologi Digital Pada Perempuan Bbali Di Era Revolusi Industri 4.0’, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3).
- Advertorial (2020) *Tantangan Transformasi Digital bagi UMKM dan Solusi untuk Mengatasinya*, *Kompas.com*. Available at: <https://amp.kompas.com/biz/read/2020/12/15/101747328/tantangan-transformasi-digital-bagi-umkm-dan-solusi-untuk-mengatasinya> (Accessed: 19 November 2021).
- Alimudin, M. and Dharmawati, D. M. (2022) ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design)’, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 6(2), pp. 342–350. doi: <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689>.
- Arianto, B. (2020) ‘Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19’, *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), pp. 233–247.
- Arifqi, M. M. (2021) ‘Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19 Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah’, 3(2), pp. 195–205. doi: 10.47467/alkharaj.v3i1.311.
- BPS (2021) *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020*. Jakarta.
- Damayanti, O. et al. (2021) ‘Pengaruh Literasi Digital Terhadap Tingkat Penggunaan E-Commerce Pada UMKM Di Indonesia (Studi Pada UMKM Kayungyun di Malang)’, *Prosiding National Seminar on Accounting , Finance*, 1(8), pp. 179–191.
- Fitriani, Y. dan I. A. A. (2019) ‘Literasi Era Revolusi Industri 4 . 0’, *Senasbasa*, pp. 100–104.
- Gilster, P. (1997) *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Hasan, M. et al. (2021) ‘Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur’, *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(2), pp. 135–150. doi: 10.31940/jbk.v17i2.2529.
- Irawan, E. P. et al. (2022) ‘A Review on Digitalization of CSR during the COVID-19

- Pandemic in Indonesia : Opportunities and Challenges’, *MDPI journal*, 11. doi: <https://doi.org/10.3390/socsci11020072>.
- Kiki Safitri (2021) *30 Juta Pelaku UMKM Ditargetkan Masuk Digital di Tahun 2030, Ini Strategi Kemenkop UKM*, *Kompas.com*. Available at: <https://money.kompas.com/read/2021/06/11/081553426/30-juta-pelaku-umkm-ditargetkan-masuk-digital-di-tahun-2030-ini-strategi> (Accessed: 18 December 2021).
- Pusparisa, Y. (2020) *Apa Saja Sektor UMKM Yang Sudah Memanfaatkan Kanal Daring ?*, *katadata.co.id*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/25/apa-saja-sektor-umkm-yang-sudah-memanfaatkan-kanal-daring> (Accessed: 18 December 2021).
- Puspasari, R. (2020) *Pemerintah Waspada Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, *Kemenkeu*. Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-pemerintah-waspada-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia/> (Accessed: 18 December 2021).
- Raibowo, S., Nopiyanto, Y. E. and Muna, M. K. (2019) ‘Pemahaman Guru PJOK Tentang Standar Kompetensi Profesional PJOK Teachers ’ Understanding of Professional Competency Standards’, *JOURNAL OF SPORT EDUCATION*, 2(1), pp. 10–15.
- Rawun, Y. (2019) ‘Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Dalam Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM (Suatu Studi UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado)’, 12(1), pp. 57–66.
- Reddy, P., Sharma, B. and Chaudhary, K. (2020) ‘Digital Literacy ’, *International Journal of Technoethics Volume*, 11(2), pp. 65–94. doi: 10.4018/IJT.20200701.oa1.
- Rosyada, P. D. D. (2020) *Penelitian kualitatif untuk ilmu pendidikan*. Edited by P. D. Murodi. Jakarta: Kencana.
- Setyaningsih, R. *et al.* (2019) ‘Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning’, *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), p. 1200. doi: 10.24329/aspikom.v3i6.333.
- Sugiyono, P. D. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherdi, D. (2021) *Peran Literasi Digital Di Masa Pandemi*. Deli Serdang: CATTLEYA DARMAYA FORTUNA.
- Sulestiyono, D. *et al.* (2021) ‘An Implementation of Micro , Small , and Medium Enterprise (MSME) Opportunities and Challenges In The Pandemic Era : A Literature Review Implementasi Peluang dan Tantangan UMKM di Era Pandemi : Literature Review’, 2(17), pp. 19–31.
- Syifa, Y. I. *et al.* (2021) ‘Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19’, *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), pp. 6–13.
- Tahir, T. *et al.* (2021) ‘Perilaku berwirausaha umkm sektor kuliner dalam perspektif literasi digital’, *Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation For Digital Nation*, pp. 144–154.
- Veranita, M. *et al.* (2021) ‘Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar)’, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ*, 4(2), pp. 159–168. doi: 10.31599/jabdimas.v4i2.585.
- Wijoyo, H. *et al.* (2020) *Digitalisasi UMKM*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Zahro, E. K. (2020) ‘Digital Literacy Skill dalam Upaya Peningkatan Laba Usaha pada Kalangan Pelaku Usaha Kecil di Kota Surabaya’, *journal of information and library science*, 11(2), pp. 81–95.