

LITERASI BISNIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM

Sulis Riptiono

Universitas Putra Bangsa

ARTICLE INFO

Keywords:
UMKM
Literasi Digital
Pemasaran
Bisnis
Kebumen

Email :
sulis.riptiono@gmail.com

ABSTRACT

Perkembangan bisnis digital pada saat ini semakin pesat. Digitalisasi memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis khususnya bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Konsumen dapat mengakses produk dengan mudah melalui layanan digital yang diberikan oleh pada penyedia layanan. Dengan demikian, tujuan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen tentang Literasi Bisnis Digital yang diikuti oleh 25 pelaku bisnis. Hal ini sesuai dengan salah satu program pemerintah untuk membantu UMKM dalam dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam menjalankan bisnis mereka, yang dikenal dengan Program UMKM go Digital. Dengan kegiatan ini, diharapkan para pemilik UMKM lebih memahami dan meningkatkan literasi mereka tentang bisnis digital sehingga mampu meningkatkan kinerja pemasaran bisnis mereka.

Copyright © 2023 ABDIMAS SEAN.

All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons](#)

[Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](#)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang sangat pesat memberikan dampak pada semua aspek kehidupan manusia dalam menjalin komunikasi dan interaksi sesama. Kemudahan-kemudahan dalam mengakses ataupun memberikan informasi telah merubah sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kegiatan bisnis. Dampak tersebut dapat dilihat perubahan perilaku masyarakat yang signifikan seperti, komunikasi dengan stake holders, konsumen, rekan bisnis, dan lain sebagainya. Indonesia menjadi salah satu pengguna sosial terbanyak menjadikan peluang untuk berbisnis dengan media digital sebagai alat bantu pemasaran produk. Pada masa seperti ini, media digital khususnya bisnis digital sangat banyak diminati oleh masyarakat. Selain praktis dan cepat, bisnis digital dapat tetap berjalan sebagaimana biasanya tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan rekan bisnis juga customernya (Muttaqim et al., 2021). Akan tetapi, tidak semua orang ataupun pebisnis mampu memiliki kompetensi yang sama.

Para pebisnis sangat perlu meningkatkan pemahaman mereka terkait dengan bagaimana memanfaatkan teknologi informasi di era digital ini. Kemampuan mencari sumber informasi yang bisa dipertanggungjawabkan menjadi sangat penting ditengah percepatan teknologi digital (Pakidulan, 2021). Pertumbuhan ekonomi digital di masyarakat dan perusahaan mendorong pelaku bisnis untuk memulai bisnis mereka dan menjalankan bisnis mereka dengan produk yang berkualitas melalui platform digital (Hasan et al., 2021). Dengan demikian, kompetensi literasi bisnis digital bagi para pelaku UMKM khususnya sangat perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Literasi atau kemelekakan adalah istilah umum yang merujuk kepada seperangkat kemampuan dan keterampilan individu dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa ahli mengemukakan definisi literasi sebagai berikut: Menurut UNESCO “*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*”, Pengertian literasi ialah seperangkat keterampilan nyata, terutama keterampilan dalam membaca dan menulis yang terlepas dari konteks yang mana ketrampilan itu diperoleh serta siapa yang memperolehnya. Menurut kamus online Merriam-Webster, Literasi ialah suatu kemampuan atau kualitas melek aksara di dalam diri seseorang dimana di dalamnya terdapat kemampuan membaca, menulis dan juga mengenali serta memahami ide-ide secara visual. *Education Development Center* (EDC) menyatakan bahwa Literasi lebih dari sekedar kemampuan baca tulis. Namun lebih dari itu, Literasi adalah kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan skill yang dimiliki dalam hidupnya.

Berkaitan dengan bisnis digital, Literasi bisnis digital merupakan kecakapan seorang individu dalam penggunaan suatu teknologi digital pada suatu tingkat, baik itu suatu penciptaan, suatu kolaborasi, dan pencarian suatu informasi. Literasi bisnis digital mengarah pada kemampuan seseorang untuk memahami data bisnis dari berbagai sumber atau perangkat digital dalam berbagai disiplin ilmu. Penting bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan literasi bisnis digital mereka karena UMKM berperan sangat penting bagi pertumbuhan dan perkembangan sosial-ekonomi suatu negara. Berdasarkan hal tersebut, kajian ini akan mengungkap literasi bisnis digital yang dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Kebumen.

METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan cara memberikan ceramah serta diskusi kepada para peserta tentang meningkatkan literasi digital untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Selasa, 28 Februari 2023 dengan mengangkat dua tema yaitu, literasi bisnis digital dan literasi keuangan. Pada sesi ini, penulis diberikan kesempatan untuk memberikan materi literasi bisnis digital pemasaran. Sebanyak 25 pelaku bisnis UMKM hadir sebagai peserta untuk mengikuti kegiatan ini. Interaksi dua arah dan diskusi dilakukan dengan audiens agar mereka berperan aktif dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran di era digitalisasi ini. Selain itu, pengabdian ini juga melibatkan dua mahasiswa yang berasal dari program studi S1-Manajemen dan S1-Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa, Kebumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam dunia bisnis, kemampuan beradaptasi dan transformasi di era digital ini menjadi kunci sukses bagi UMKM untuk dapat bertahan, bangkit dan berkembang (Firmansyah et al., 2022). Hal ini merupakan faktor kunci dan keharusan yang tidak dapat ditawar lagi oleh pelaku bisnis jika ingin exist dalam dunia bisnis. Saat ini sudah banyak pelaku bisnis mikro dan kecil yang sudah memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mendongkrak kinerja bisnis mereka. Meskipun demikian, masih banyak juga yang belum memanfaatkan dan mengoptimalkan media internet dalam bisnisnya. Adopsi teknologi digital dalam UMKM memerlukan keterlibatan yang tinggi dari pelaku usaha itu sendiri. UMKM harus mampu memiliki kesiapan memanfaatkan teknologi dan mendigitalkan beberapa proses dalam aktivitas bisnis mereka, dilihat dari tingkat kesadaran digital, tingkat kemampuan penyelidikan digital, kolaborasi digital, dan kemampuan transformasi digital (Garzoni, et al., 2020).

Literasi digital menjadi salah satu pilar pendukung terwujudnya agenda transformasi digital yang mendukung proses inovasi untuk meningkatkan daya saing (Keminfo, 2021). Selain itu terdapat komponen penting dalam mengembangkan literasi digital, yaitu sebagai berikut (Ahmad, 2022):

- 1) Budaya, yaitu pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital,
- 2) Kognitif, yaitu daya pikir dalam menilai konten,
- 3) Konstruktif,
- 4) Komunikasi, yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital,
- 5) Kepercayaan diri yang bertanggung jawab,
- 6) Kreatif, melakukan hal baru dengan cara baru,
- 7) Kritis dalam menyikapi konten; dan 8) Bertanggung jawab secara sosial.

Semakin tinggi literasi digital pelaku UMKM akan semakin meningkatkan daya saing mereka sehingga mampu meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dengan demikian, diperlukan kegiatan yang berkesinambungan dan proses yang cukup panjang untuk meningkatkan literasi digital masyarakat seperti kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Secara singkat, kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Pada Gambar 1 diatas memperlihatkan penyampain materi tentang literasi bisnis digital oleh penulis. Antusias peserta dapat ditunjukkan pada sesi diskusi yang dituangkan pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Diskusi dengan Peserta

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pada era digital ini, pemahaman dan pengetahuan terhadap perkembangan bisnis yang ada menjadi faktor yang sangat penting dalam kinerja bisnis UMKM. Makadari itu, penting untuk meningkatkan literasi bisnis digital yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis mereka. Selain itu, upaya meningkatkan pengetahuan dapat dilakukan dengan kegiatan pelatihan secara berkesinambungan supaya literasi peserta dapat semakin meningkat.

REFERENSI

- Ahmad, I. F. (2022). Urgensi Literasi Digital di Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 1-18. <https://doi.org/10.14421/njpi.2022.v2i1-1>
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya Saing : Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237-250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Garzoni, A., De Turi, I., Secundo, G., & Del Vecchio, P. (2020). Fostering digital transformation of SMEs: a four levels approach. *Management Decision*, 58(8), 1543-1562. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2019-0939>.
- Hasan, M., Santoso, I., Syahfitri, D., & Karoma, S. (2021). Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal of Business Management Education* |, 6(1), 28-39.
- Keminfo. (2021). Literasi Digital Jadi Kunci Keberhasilan Transformasi Digital. Kementerian Komunikasi Direrktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Diakses tanggal 10 September 2022.
- Muttaqim, Z., Ningsih, F. A., & Sholihuddin, M. (2021). Penguatan Ekonomi Rumah Tangga dengan Literasi Bisnis Digital pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kendung dan Medokan Ayu - Kota Surabaya. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.35799/vivabio.3.2.2021.35683>
- Pakidulan, E. L. D. : P. T. D. P. U. S. (2021). Social media, space and leisure in small cities. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7).