

The Role Of Literacy Skills In Improving UMKM Digitalization Capabilities (Dhinda Hijab Case Study)

Peran Kemampuan Literasi Dalam Meningkatkan Kemampuan Digitalisasi UMKM (Studi Kasus Dhinda Hijab)

Siti Naziatul Zannah¹, Enjang Suherman², Laras Ratu Khalida³
Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}
enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to evaluate the role of digital literacy in promoting the digitalization of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), using Dhinda Hijab in Karawang as a case study. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing observation, interviews, and documentation for data collection. The findings indicate that digital literacy significantly contributes to improving operational efficiency, enhancing competitiveness, and expanding market reach. The adoption of digital technologies such as e-commerce platforms, automated inventory management systems, and digital-based promotional strategies has proven effective in driving consistent business growth. However, challenges persist, including limited digital skills among human resources and increasing consumer expectations. Regular digital literacy training has emerged as a crucial strategy to overcome these barriers. This study underscores the importance of collaboration between MSMEs, the government, and educational institutions in providing targeted and sustainable digital literacy programs to accelerate MSME digital transformation.

Keywords: Digital Literacy, MSMEs, Digitalization, Dhinda Hijab

ABSTRAK

Tujuan studi ini guna menganalisis peran literasi digital dalam meningkatkan digitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran literasi digital dalam mendorong digitalisasi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan fokus pada studi kasus Dhinda Hijab di Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil studi mengindikasikan bahwa kemampuan literasi digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas operasional, memperkuat daya saing, serta memperluas jangkauan pasar UMKM. Adopsi teknologi digital, seperti platform perdagangan elektronik, sistem pengelolaan inventaris otomatis, serta strategi promosi digital, terbukti mendorong pertumbuhan bisnis secara konsisten. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dalam mengoperasikan teknologi dan meningkatnya tuntutan konsumen. Untuk mengatasi hambatan tersebut, pelatihan literasi digital secara berkala menjadi solusi yang relevan. Temuan ini menegaskan perlunya sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan institusi terkait dalam menyediakan program literasi digital yang terarah dan berkelanjutan untuk mempercepat proses transformasi digital UMKM.

Kata kunci: Literasi Digital, UMKM, Digitalisasi, Dhinda Hijab

1. Pendahuluan

Toko Dhinda Hijab menghadapi tantangan dalam digitalisasi pemasaran melalui Shopee Live karena keterbatasan SDM yang kurang familiar dengan teknologi. Pada Maret, mereka melakukan uji coba promosi melalui Shopee Live, namun tidak ada peningkatan penjualan. Mulai Juni, mereka berkomitmen untuk promosi secara konsisten, namun masih terbatas dalam pemahaman fitur Shopee Live. Pada Juli, Dhinda Hijab mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital karyawan, dengan harapan agar SDM lebih mampu memanfaatkan fitur-fitur Shopee Live secara optimal dan menghasilkan hasil promosi yang lebih baik. Ini

menunjukkan pentingnya literasi digital dalam mendukung digitalisasi UMKM. (Yuningsih et al., 2024)

Nendah Dewi Yuningsih, seorang mahasiswi semester 7 di Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang, dinobatkan sebagai Mahasiswi Terinspirasi. Awalnya, Nendah bekerja sambil kuliah, namun pada tahun 2020 saat pandemi COVID-19, ia terkena PHK. Dengan tabungan Rp 2 juta, ia mulai berjualan hijab secara online dengan nama "Dhinda Hijab". Meskipun menghadapi banyak tantangan, seperti penjualan yang lambat dan minimnya dukungan keluarga, Nendah tetap gigih. Di tahun pertama, ia berhasil membuka pabrik konveksi di Cikampek. 50 pekerja, termasuk pekerja produksi, administrator pengemasan, administrator toko, dan administrator pemasaran, telah berhasil direkrut oleh Dhinda Hijab. Selain itu, ia memiliki lebih dari 1.000 member dan reseller yang tersebar di Indonesia dan Korea Selatan. Omzet bisnisnya. Ia berencana memperluas usahanya ke Jawa Tengah, dengan tekad untuk terus berkembang dan tidak takut gagal. (kumparan.com, 2024)

Dalam UU No 20 Tahun 2008 mengungkapkan jika, usaha yang dapat meningkatkan kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat dalam skala besar disebut usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro kecil, dan menengah juga dapat membantu mewujudkan stabilitas nasional, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Lebih jauh, sebagai bentuk dukungan yang kuat bagi kelompok usaha ekonomi rakyat, usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) harus diberikan kesempatan, dukungan, perlindungan, dan pengembangan yang sebesar-besarnya. Hal ini dilakukan tanpa mengabaikan pentingnya Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Besar. (Laras Ratu, K et al., 2023)

Menurut data Bank Indonesia pada tahun 2020, sektor UMKM menyumbang sekitar 61,1% terhadap PDB Indonesia. Pertumbuhan dunia usaha di Indonesia saat ini terjadinya keadaan yang fluktuatif karena beberapa faktor. Pertumbuhan ini juga dapat menjadi indikator bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk mendukung dan mengembangkan lebih lanjut sektor UMKM di Karawang. Perluasan UMKM dapat menyebabkan persaingan antar UMKM semakin ketat, dan seiring dengan semakin ketatnya persaingan, para pelaku usaha pun menerapkan strategi terbaru untuk membantu mereka maju, bertahan, dan menonjol dari para pesaingnya. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. (Suherman et al., 2023)

Awalnya, penjualan Dhinda Hijab ini melalui "media sosial dan cash on delivery (COD) kesana kesini" ucap Nendah. Namun, Nendah merasa bahwa COD ini tidak efektif, akhirnya ia memutuskan untuk memanfaatkan platform e-commerce, yaitu Shopee. Pada awalnya, Dhinda Hijab memanfaatkan fitur iklan berbayar di Shopee dan alhamdulillah iklan produk ini lumayan naik untuk kita. Nendah dan Yuda juga banyak belajar melalui media sosial tentang iklan produk, fitur - fitur yang di Shopee dan makin kesini semakin tahu target mana yang pas untuk kita. Setelah aktif di Shopee kita mempelajari fitur-fiturnya dan tetap konsisten dalam menjalankan promosi yang ada di fitur - fiturnya tersebut dan pencapaiannya lumayan banget. Dari omset yang per bulannya Rp 30juta sampai akhirnya sekarang dapat omset diatas Rp 1 Milyar per bulannya. Dhinda hijab sekarang sudah berdiri 4 tahun, yang awalnya di kerjakan berdua sekarang sudah memiliki karyawan. Dhinda hijab juga membuka konveksi di Cikampek yang benar - benar di kelola sendiri itu memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Saat ini, banyak orang membicarakan tentang literasi. Kemajuan teknologi yang pesat mendorong perubahan pada konsep literasi itu sendiri. Pada awalnya, "literasi" hanya merujuk pada kemampuan membaca, menulis, dan menafsirkan materi tertulis. Namun, konsep literasi masih terus berkembang hingga saat ini dan dapat dipecah menjadi beberapa kategori, termasuk literasi digital. Konsep literasi digital telah berkembang sejak tahun 1990. Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Seseorang harus mampu membaca dan berpikir kritis untuk mengevaluasi

informasi dari media digital. (Ammar Al - Thariq, 2023)

Tabel 1. Data pendapatan dari produktivitas Dhinda Hijab

Year	Shopee Dhinda Hijab income		Dhinda hijab Offline Store income	
2021	IDR	316.442.380	IDR	907.592.550
2022	IDR	530.043.000	IDR	1.093.351.500
2023	IDR	4.072.970.000	IDR	2.000.944.050

Sumber: Pemilik Toko Dhinda Hijab

Tabel 1 merupakan hasil data pendapatan toko Dhinda Hijab dari tahun 2021-2023. Data pendapatan Dhinda Hijab dari tahun 2021 hingga 2023 memperlihatkan peningkatan tajam, terutama dari marketplace Shopee, yang naik dari Rp 316.442.380 pada tahun 2021 menjadi Rp 4.072.970.000 pada tahun 2023. Pendapatan dari toko fisik juga bertumbuh meskipun lebih stabil. Dari sudut pandang manajemen sumber daya manusia (SDM), perkembangan ini menggarisbawahi kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan digital pada SDM, agar dapat mendukung penjualan online melalui manajemen e-commerce, pemasaran digital, serta customer service online. Di sisi lain, karena toko fisik masih memberikan kontribusi besar, keterampilan SDM dalam pelayanan langsung juga perlu diperkuat. Pada tahun 2020, Dhinda Hijab hanya berjualan melalui toko fisik. Pendekatan SDM yang menggabungkan keterampilan digital dan pelayanan pelanggan dapat membantu Dhinda Hijab menjaga momentum pertumbuhan di kedua saluran penjualan.

Hasil penelitian Saragih et al., (2024) dengan judul "Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital" berdasarkan hasil penelitian membuktikan jika literasi digital mempunyai efek signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan ekspansi pasar UMKM. Literasi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan UMKM, serta memungkinkan mereka untuk beradaptasi dan inovatif dalam pertumbuhan bisnis jangka panjang. (Fedrick Louis Saragih et al., 2024)

Berbanding terbalik dengan hasil penelitian menurut Sulisty et al., (2022) dengan judul "Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan" berdasarkan hasil penelitian menunjukkan beberapa batasan atau faktor penghambat, seperti kemampuan finansial dan kurangnya keterampilan teknis. Faktor-faktor ini membuat literasi digital tidak selalu berdampak signifikan pada semua pelaku UMKM. Meskipun ada peningkatan pemahaman teknologi digital, UMKM yang terbatas secara finansial dan teknis masih sulit mengimplementasikan strategi digitalisasi secara penuh. (Sulisty et al., 2022)

Berdasarkan permasalahan diatas penulis perlu melakukan penelitian yang berjudul "Peran Kemampuan Literasi Dalam Meningkatkan Kemampuan Digitalisasi Umkm (Studi Kasus Dhinda Hijab)". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai Kemampuan Literasi Dalam Meningkatkan Kemampuan Digitalisasi Umkm (Studi Kasus Dhinda Hijab)

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran literasi dalam meningkatkan kemampuan digitalisasi pada UMKM, dengan studi kasus pada UMKM Dhinda Hijab di Karawang. Baik literasi digital maupun informasi, dapat mendukung penerapan teknologi digital dalam kegiatan operasional UMKM. Selain itu, untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pemilik dan karyawan UMKM Dhinda Hijab dalam mengembangkan kemampuan digital mereka, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan proses digitalisasi di UMKM lainnya.

2. Tinjauan Pustaka

A. Kemampuan Literasi Digital

Literasi digital penting bagi UMKM untuk bersaing di era digital. Kemampuan ini membantu mengelola pemasaran, media sosial, transaksi elektronik, data pelanggan, dan efisiensi operasional. Dengan literasi digital yang baik, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan pasar. Pelatihan dan pengembangan literasi digital perlu menjadi prioritas untuk meningkatkan daya saing. (Firmansyah et al., 2022). Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi untuk mengakses, mengelola, menganalisis, dan berbagi informasi guna berpartisipasi efektif dalam masyarakat. Saat ini, literasi digital menjadi kebutuhan penting dalam operasional pendidikan. (Halimatusa et al., 2024)

Dari uraian para ahli dapat disintesis bahwa Literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi untuk mengakses, mengelola, menganalisis, dan berbagi informasi, yang penting bagi keberhasilan UMKM dan operasional pendidikan di era digital. Literasi ini membantu UMKM dalam pemasaran, media sosial, transaksi elektronik, dan efisiensi operasional, serta meningkatkan daya saing melalui pelatihan dan pengembangan.

Menurut Hague dan Payton dalam Nasionalita dan Nugroho (2020) memaparkan jika ada 7 dimensi dan indikator literasi digital, yakni:

1. *Functional Skills*, merupakan elemen yang berkaitan dengan pemahaman dan penerapan berbagai pengaturan teknologi.
2. *Creativity*, yang mencakup kemampuan untuk berpikir dan menciptakan sesuatu yang orisinal.
3. *Communication*, Keterampilan yang berkaitan dengan kapasitas individu untuk berkomunikasi secara digital.
4. *Collaboration*, merupakan salah satu elemen yang memotivasi orang untuk terlibat dalam dunia digital.
5. *Critical Thinking*, yang berfokus pada penggunaan pemikiran kritis saat bekerja dengan materi dan menekankan tidak hanya menerima materi apa adanya tetapi juga menelitinya.
6. *E-safety*, komponen yang menekankan pada keamanan saat penggunaan teknologi digital.
7. *Central Competencies*, komponen yang melibatkan kemampuan menyusun informasi atau pengetahuan dalam bidang teknologi, informasi, dan komunikasi.

Sedangkan indikator menurut Hague dan Payton dalam Nasionalita dan Nugroho (2020), yaitu:

1. Kemampuan ICT Skill
2. Kemampuan berpikir kreatif
3. Mampu menjelaskan gagasan orang lain
4. Mampu berkolaborasi
5. Kemampuan mencari dan menyelidiki informasi
6. Menjamin keamanan
7. Mampu berkontribusi

B. Kemampuan Digitalisasi UMKM

Kemampuan digitalisasi UMKM mencakup penerapan teknologi digital pada bermacam aspek operasional bisnis, termasuk pengelolaan inventaris, pemasaran digital, penjualan online, dan komunikasi dengan pelanggan. Pemerintah kini tengah berkonsentrasi pada proses digitalisasi ini untuk membuat UMKM di Indonesia lebih kompetitif di pasar domestik dan internasional. Sekalipun digitalisasi menawarkan banyak peluang bagi UMKM untuk meningkatkan akses mereka ke pasar dan meningkatkan efektivitas operasional mereka, masih ada kendala yang harus diatasi, terutama bagi mereka yang kurang memiliki literasi digital yang diperlukan untuk merangkul teknologi sepenuhnya. Oleh karena itu, untuk menjamin bahwa UMKM dapat berhasil menggunakan teknologi digital, diperlukan bantuan dalam bentuk pelatihan dan pengarahan (Kurniawati et al., 2023)

Dari uraian para ahli dapat disintesis yakni Digitalisasi UMKM mencakup penerapan teknologi dalam operasional seperti pemasaran, penjualan online, dan komunikasi pelanggan, yang membantu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi. Namun, literasi digital yang terbatas menjadi tantangan.

Menurut Bawden dalam Nurjanah (2017) mengungkapkan jika ada empat dimensi utama dalam literasi digital, diantaranya:

1. Kemampuan dasar (*underpinning*) membaca, menulis, memahami, memanfaatkan, dan menghitung angka dan simbol dalam perangkat lunak, serta bertukar makalah melalui saluran digital.
2. Latar belakang pengetahuan informasi (*background knowledge*) kemampuan untuk menambah materi yang dipelajari sebelumnya dengan menggunakan pengetahuan yang ada untuk mencari informasi baru.
3. Kompetensi utama (*central competencies*) Suatu kemampuan dalam bidang teknologi dan komunikasi dengan menyertakan kemampuan dalam menyusun informasi atau pengetahuan.
4. Sikap dan perspektif (*attitudes and perspectives*) Suatu perilaku mengenai bagaimana caranya menggunakan dan mengkomunikasikan informasi digital.

Sedangkan indikator menurut Bawden dalam Nurjanah (2017), yaitu:

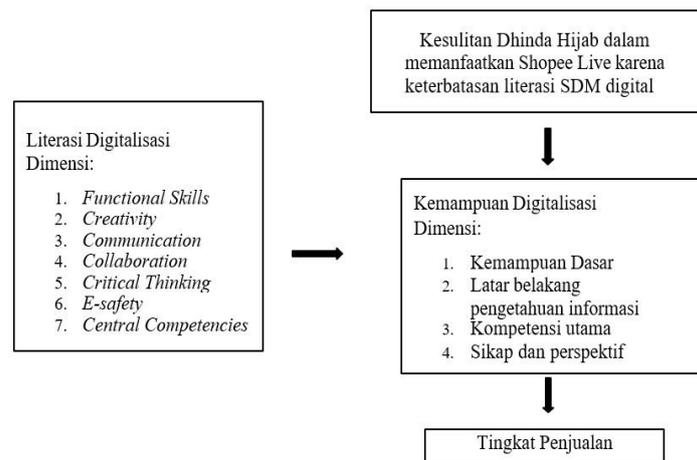
1. Kemampuan membaca, menulis, dan memahami teks digital.
2. Penguasaan cara mengintegrasikan informasi baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki.
3. Kemampuan menyampaikan pengetahuan dalam format digital (video, tulisan, infografis).
4. Perilaku bertanggung jawab dalam berbagi informasi digital.

Kerangka Pemikiran Dan Proposisi

Salah satu cara agar pengusaha mikro lebih bisa melihat kebutuhan pada usaha ekonomi kreatifnya adalah dengan memiliki kemampuan digital dan pemahaman digital. Hal tersebut untuk menciptakan kemampuan literasi digital yang baik dan menghasilkan hasil yang baik juga pada usaha.

Berdasarkan uraian diatas kemampuan digital dan pemahaman digital sangat berkaitan dengan literasi digital. Oleh karena itu, untuk memberikan pengetahuan tentang tuntutan usaha mikro secara konsisten, elemen-elemen ini harus diperhitungkan. Terutama demi menciptakan kemampuan literasi digital. Variabel-variabel tersebut sangatlah penting untuk memperjelas hubungan antara kemampuan digital dan pemahaman digital terhadap literasi digital pengusaha mikro pada sektor ekonomi kreatif, yang mana dapat ditunjukkan.

Penelitian ini di lakukan pada UMKM Dhinda Hijab dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan kemampuan digitalisasi di UMKM tersebut. Penelitian akan dianalisis melalui teori (Hague dan Payton dalam Nasionalita dan Nugroho 2020)



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

Sumber: Di olah oleh peneliti

A. Proposisi

Menurut Lubis, (2023) Proposisi adalah dugaan sementara dari sebuah penelitian terhadap fenomena yang terjadi. Proposisi juga diperlukan untuk menetapkan dan membuktikan sesuatu dari hasil dan pemahaman tertentu. Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, maka proposisi penelitian perlu diketahui bahwa literasi digital dapat meningkatkan kemampuan digitalisasi umkm. Literasi digital akan memudahkan Dhinda Hijab dalam mengadopsi platform digital untuk penjualan produk.

3. Metode Penelitian

Penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif dapat memberikan analisis yang lebih mendalam terhadap suatu fenomena. Menurut Nasution, penelitian kualitatif merupakan suatu teknik yang menekankan pengamatan secara cermat, dan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Lokasi pada penelitian ini adalah Toko Dhinda Hijab yang beralamat di Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara mendalam dengan informan yang terlibat dalam aktivitas operasional dan pengelolaan UMKM Dhinda Hijab, menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun. Proses ini bertujuan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan persepsi para pemilik serta karyawan UMKM terkait peran kemampuan literasi digital dalam mendukung pengembangan digitalisasi usaha mereka. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai kontribusi literasi digital terhadap peningkatan efisiensi, strategi pemasaran, dan kemampuan beradaptasi dengan teknologi terkini. Dengan merekam jawaban responden, peneliti dapat mengeksplorasi makna di balik pengalaman yang dibagikan serta memahami konteks dan tantangan yang dihadapi. Pendekatan ini juga melibatkan berbagai perspektif dari pelaku usaha, konsultan bisnis, dan akademisi, sehingga menghasilkan gambaran komprehensif mengenai dampak literasi digital dalam meningkatkan kemampuan digitalisasi UMKM Dhinda Hijab.

Metode pengumpulan data meliputi dokumentasi, wawancara dengan pemilik dan staf Dhinda Hijab, serta observasi di toko. Metode analisis data meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penyusunan kesimpulan. Triangulasi sumber berdasarkan hasil wawancara pemilik dan karyawan digunakan untuk konfirmasi data. Informan dalam penelitian ini ada empat orang, yaitu satu orang sebagai informan utama, satu orang sebagai informan penting, dan dua orang sebagai informan tambahan. Data primer penelitian ini bersumber dari sumber pertama di lokasi penelitian, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan

pemilik dan staf Dhinda Hijab. Data sekunder bersumber dari sumber pustaka, baik buku-buku maupun penelitian-penelitian terdahulu.

4. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian kualitatif ini didapat dari metode observasi, dokumentasi, dan wawancara terstruktur langsung ke lokasi penelitian yaitu Toko Dhinda Hijab. Penelitian ini terdapat 4 informan yaitu owner pemilik dan pendiri Dhinda hijab dan karyawan di bagian konten. Untuk menunjukkan cara menilai validitas keyakinan dalam temuan data penelitian, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan validasi data berupa triangulasi sumber. Berikut ini adalah temuan dari wawancara penelitian dengan menggunakan dimensi dan indikator variabel yang diteliti:

1. Kemampuan Literasi Digital

1. *Functional Skills*. Kapasitas untuk memahami dan menggunakan berbagai lingkungan teknologi operasional merupakan komponen kemampuan ICT. Hasil wawancara yang di dapat bahwa Dhinda Hijab mempelajari berbagai keterampilan secara otodidak. Selain melalui YouTube, kami mendalami penggunaan fitur-fitur secara mandiri agar pemahaman lebih berkembang. Jika hanya bergantung pada YouTube tanpa praktik langsung, perkembangan kemampuan akan stagnan. Oleh karena itu, penting untuk menggabungkan pembelajaran dengan penerapan langsung.
2. *Creativity*, yang mencakup kemampuan untuk berpikir dan menciptakan sesuatu yang orisinal. Hasil wawancara yang di dapat yaitu pada platform Shopee Live, fitur yang tersedia saat ini masih terbelakang standar dibandingkan dengan inovasi di TikTok, yang lebih beragam. Misalnya, Shopee Live memiliki fitur lelang, tetapi kami tidak menggunakan fitur tersebut. Sebaliknya, kami lebih memanfaatkan fitur flash sale (diskon kilat) untuk menarik pelanggan.
3. *Communication*, keterampilan yang berkaitan dengan kapasitas individu untuk berkomunikasi secara digital. Hasil wawancara yang di dapat yaitu salah satu tantangan dalam berkomunikasi dengan pelanggan secara online adalah ketidakmampuan pelanggan untuk melihat atau merasakan bahan kerudung secara langsung. Foto produk yang kami tampilkan sering kali membuat pelanggan memiliki ekspektasi tinggi. Tantangan lain muncul karena kami memiliki dua kategori brand: brand premium dengan bahan berkualitas tinggi dan brand reguler dengan bahan standar. Ketika pelanggan terbiasa membeli produk premium lalu mencoba produk reguler, ekspektasi mereka terhadap kualitas bahan sering kali tidak sesuai.
4. *Collaboration*, merupakan salah satu elemen yang memotivasi orang untuk terlibat dalam dunia digital. Hasil wawancara yang di dapat yaitu menunjukkan bahwa kolaborasi di Dhinda Hijab lebih terfokus pada pembuatan konten promosi. Perusahaan memiliki tim khusus yang berasal dari luar organisasi untuk memproduksi konten. Tim ini bekerja secara profesional untuk mendukung pemasaran produk. Bentuk kerja sama tersebut mencakup penggunaan jasa affiliator dan agensi yang bertujuan meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di platform digital. Interpretasi dari hasil wawancara ini menggambarkan bahwa Dhinda Hijab mengadopsi strategi kolaborasi eksternal untuk memastikan kualitas konten tetap optimal dan mendukung penjualan. Kolaborasi ini juga membantu perusahaan tetap fokus pada pengelolaan operasional inti, sementara pembuatan konten dipercayakan kepada pihak yang memiliki keahlian khusus di bidang tersebut.
5. *Critical Thinking*, yang berfokus pada penggunaan pemikiran kritis saat bekerja dengan materi dan menekankan tidak hanya menerima materi apa adanya tetapi juga menelitinya. dan memfokuskan daya kritis saat berhadapan dengan informasi. Hasil

wawancara yang di dapat yaitu pertimbangan utama kami adalah mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Jika kami tetap berada dalam zona nyaman tanpa melakukan inovasi, bisnis kami tidak akan berkembang. Misalnya, dalam memanfaatkan fitur Shopee Live, kami tidak hanya mengandalkan iklan tetapi juga harus aktif mengikuti pembaruan teknologi. Saat ini, kami memiliki tim khusus untuk mengelola live streaming agar lebih efektif.

6. *E-safety*, salah satu elemen yang menempatkan penekanan kuat pada keamanan saat menggunakan teknologi digital adalah memastikan keamanan. Hasil wawancara yang di dapat yaitu dalam hal keamanan, platform Shopee lebih aman dibandingkan dengan TikTok, yang masih rawan penipuan. Dhinda Hijab saat ini memiliki *Account Manager* (AM) dari Shopee dan TikTok yang bertugas mengawasi keamanan toko. Dengan adanya AM, kami dapat dengan mudah melaporkan berbagai kasus kecurangan, seperti pesan WhatsApp mencurigakan yang meminta kata sandi.
7. *Central Competencies*, mampu berkontribusi, fitur yang mencakup kapasitas untuk mengumpulkan data atau keahlian di bidang komunikasi dan teknologi informasi. Hasil wawancara yang di dapat yaitu saat ini keberadaan platform online sangat penting bagi Dhinda Hijab karena 70% penjualan dilakukan secara online, sedangkan 30% sisanya berasal dari offline. Bahkan untuk penjualan offline, kami tetap mengintegrasikan transaksi secara online, termasuk melalui reseller. Dengan platform online, kami dapat menyuplai produk ke berbagai daerah dengan lebih efisien.

2. Kemampuan Digitalisasi UMKM

1. Kemampuan dasar (*underpinning*) yaitu kemampuan membaca, menulis, dan memahami teks digital. Membaca, menulis, memahami, memanfaatkan, dan menghitung angka dan simbol dalam perangkat lunak, serta bertukar makalah melalui saluran digital. Hasil wawancara yang di dapat Shopee memiliki sistem yang secara otomatis mencatat pengelolaan stok, baik untuk barang masuk maupun keluar. Sistem ini memberikan kemudahan bagi Dhinda Hijab karena seluruh data sudah terintegrasi di platform. Dengan demikian, kami tidak perlu membuat dokumen tambahan untuk pencatatan. Setiap bulan, Shopee menyediakan laporan yang menggambarkan detail produk yang terjual.
2. Latar belakang pengetahuan informasi (*background knowledge*) yaitu penguasaan cara mengintegrasikan informasi baru dengan pengetahuan yang telah dimiliki. Kemampuan untuk menambah materi yang dipelajari sebelumnya dengan menggunakan pengetahuan yang ada untuk mencari informasi baru. Hasil wawancara yang di dapat Kami mengetahui informasi terkait tren atau fitur baru melalui *Account Manager* (AM) atau *Network Manager* (NM). Mereka secara rutin memberikan informasi dan link terkait fitur terbaru, seperti gratis ongkir ekstra atau voucher ekstra. Setelah menerima informasi tersebut, kami segera mencoba mengimplementasikan fitur tersebut untuk meningkatkan penjualan.
3. Kompetensi utama (*central competencies*) yaitu kemampuan menyampaikan pengetahuan dalam format digital (video, tulisan, infografis). Suatu kemampuan dalam bidang teknologi dan komunikasi dengan menyertakan kemampuan dalam menyusun informasi atau pengetahuan. Hasil wawancara yang di dapat kalo untuk maksimal atau tidaknya karna kita cenderung melalui platform jadi kita tidak punya website sendiri, untuk maksimal atau tidaknya terlihat dari data penjualannya. jika kita mengikuti cashback ekstrak. sebelum menggunakan dan sesudah menggunakan pasti ada perkembangan. kalo semisal nya tidak ada perkembangan sama sekali atau mundur berarti program itu tidak cocok untuk kita seperti itu. jadi kita melihat seputaran matrik penjualannya lagi lewat platform tersebut. setiap bulannya kita pasti mendapatkan data penjualannya disana.
4. Sikap dan perspektif (*attitudes and perspectives*) yaitu perilaku bertanggung jawab dalam

berbagi informasi digital. Suatu pendekatan terhadap penggunaan dan penyebaran informasi digital. Hasil wawancara yang di dapat kunci utama dalam meningkatkan kualitas tim adalah konsistensi, terutama dalam pelatihan. Kami secara rutin mengadakan pelatihan, seperti pelatihan live streaming untuk tim TikTok. Untuk memastikan pelatihan berjalan maksimal, kami mengundang tim profesional untuk datang dan memberikan panduan secara langsung.

B. Pembahasan

1. Kemampuan Literasi Digital pada Dhinda Hijab

Dhinda Hijab memiliki berbagai kemampuan yang mendukung operasional bisnisnya di era digital. Dalam aspek *functional skills*, mereka mempelajari keterampilan *ICT* secara otodidak melalui YouTube dan praktik langsung, yang memberikan pemahaman lebih mendalam dan aplikatif. Kreativitas mereka tercermin dari pemanfaatan fitur *flash sale* di *Shopee Live* untuk menarik pelanggan, meskipun fitur yang tersedia di platform tersebut relatif standar dibandingkan TikTok. Dalam komunikasi digital, tantangan berupa ekspektasi pelanggan terhadap kualitas produk berhasil diatasi dengan upaya transparansi melalui deskripsi produk yang lebih jelas. Kolaborasi juga menjadi kekuatan Dhinda Hijab, dengan memanfaatkan jasa affiliator dan agensi profesional untuk menciptakan konten berkualitas tinggi yang mendukung pemasaran digital. Kemampuan berpikir kritis terlihat dari upaya mereka untuk terus berinovasi, termasuk membentuk tim khusus untuk mengelola live streaming yang lebih efektif.

Dalam hal *e-safety*, Dhinda Hijab mengutamakan keamanan transaksi digital dengan dukungan *Account Manager* dari Shopee dan TikTok, yang membantu mengawasi akun dan menangani potensi penipuan. Terakhir, *central competencies* mereka terlihat dari integrasi penjualan online dan offline, dengan 70% transaksi berasal dari platform digital yang memungkinkan distribusi produk lebih efisien ke berbagai daerah. Kombinasi kemampuan ini menunjukkan bagaimana Dhinda Hijab secara aktif memanfaatkan teknologi untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing bisnisnya.

Hal ini juga didukung oleh Penelitian terdahulu Saragih (2024) menunjukkan bahwa literasi digital memiliki efek signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan ekspansi pasar UMKM. Literasi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan UMKM, serta memungkinkan mereka untuk beradaptasi dan inovatif dalam pertumbuhan bisnis jangka panjang.

2. Kemampuan Digitalisasi UMKM

Dhinda Hijab memiliki kemampuan dasar yang baik dalam membaca, menulis, dan memahami teks digital melalui sistem otomatis di Shopee, yang mencatat pengelolaan stok barang secara terintegrasi dan menyediakan laporan bulanan secara rinci. Hal ini membuktikan bahwa mereka mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi pencatatan tanpa perlu dokumen tambahan. Selain itu, latar belakang pengetahuan informasi terlihat dari kemampuan mereka dalam mengintegrasikan informasi baru, seperti fitur gratis ongkir ekstra atau voucher ekstra yang diberikan oleh *Account Manager* (AM) atau *Network Manager* (NM). Informasi tersebut langsung diimplementasikan untuk mengoptimalkan penjualan, mencerminkan kecepatan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Kompetensi utama mereka juga terlihat dalam pengelolaan penjualan berbasis digital, di mana efektivitas program pemasaran dievaluasi berdasarkan data penjualan yang tersedia di platform, seperti efek cashback ekstra yang menunjukkan perkembangan positif. Terakhir, sikap dan perspektif yang bertanggung jawab terhadap informasi digital tercermin dari konsistensi mereka dalam menyelenggarakan pelatihan, termasuk menghadirkan profesional untuk membimbing tim live streaming TikTok. Konsistensi ini mencerminkan dedikasi Dhinda

Hijab untuk memastikan bahwa seluruh tim mampu mengelola informasi digital dengan baik dan efektif.

Hal ini juga didukung oleh Penelitian terdahulu Yulistiawan (2024) pemanfaatan teknologi digital dalam UMKM memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan daya saing. Penggunaan teknologi seperti media sosial, platform e-commerce, dan digital marketing mampu meningkatkan jangkauan pasar, menciptakan konten pemasaran yang efektif, serta mengoptimalkan pengelolaan usaha.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil wawancara memberikan gambaran yang mendalam tentang kemampuan literasi digital yang dimiliki oleh Dhinda Hijab. Meskipun menghadapi beberapa tantangan, mereka terus berupaya meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi digital melalui pembelajaran otodidak, kolaborasi dengan pihak eksternal, dan pelatihan profesional. Dengan memanfaatkan platform digital secara efektif, Dhinda Hijab mampu mengintegrasikan inovasi, keamanan, dan efisiensi operasional, sehingga mendukung pertumbuhan bisnisnya di era digital. Kombinasi ini menunjukkan bagaimana literasi digital berperan penting dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan bagi UMKM seperti Dhinda Hijab memperlihatkan peningkatan tajam, terutama dari marketplace Shopee, yang naik dari Rp 316.442.380 pada tahun 2021 menjadi Rp 4.072.970.000 pada tahun 2023.

5. Penutup

Kesimpulan

Hasil studi membuktikan jika literasi digital berperan penting dalam pengelolaan dan pengembangan UMKM, seperti yang diterapkan oleh Dhinda Hijab. *Functional Skills* mereka dikembangkan secara otodidak melalui kombinasi pembelajaran online dan praktik langsung. *Creativity* terlihat dari strategi memanfaatkan fitur *flash sale* di *Shopee Live* untuk menarik pelanggan. Dalam *Communication*, tantangan komunikasi digital dikelola dengan menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan berdasarkan kategori produk. *Collaboration* diwujudkan melalui kerja sama dengan tim eksternal untuk memproduksi konten promosi yang mendukung pemasaran. *Critical Thinking* diterapkan dengan menganalisis fitur teknologi terbaru untuk pertumbuhan bisnis, sementara *E-safety* dijaga melalui pengawasan keamanan digital oleh Account Manager. Platform online menjadi bagian penting dalam *Central Competencies*, dengan 70% penjualan dilakukan secara digital dan integrasi transaksi offline-online untuk efisiensi distribusi. Sistem otomatis Shopee mendukung Kemampuan Dasar mereka dalam pencatatan stok, sedangkan latar belakang pengetahuan informasi membantu mengimplementasikan fitur baru dari *Account Manager* untuk meningkatkan penjualan. Konsistensi pelatihan dan evaluasi data penjualan secara berkala memastikan Dhinda Hijab terus berinovasi dan meningkatkan daya saing di era digital.

Implikasi

Implikasi yang bisa dipertimbangkan untuk didiskusikan lebih lanjut diantaranya:

1. Implikasi Teoritis, dengan literasi digital seperti, *functional skills*, *critical thinking*, dan *central competencies* terbukti mendukung adaptasi, inovasi, serta efisiensi operasional UMKM yang melalui penggunaan sistem otomatis di shopee untuk pengelolaan stok dan pencatatan data. Selain itu, kemampuan SDM juga memanfaatkan informasi, seperti implementasi fitur gratis ongkir dan *cashback* yang meningkatkan penjualan menjadi katalis inovasi, yang memungkinkan UMKM merespons perubahan pasar dengan cepat. Pentingnya kolaborasi dalam manajemen SDM, di mana kerja sama dengan pihak eksternal, seperti *account manager* atau konsultan pemasaran, membantu teknologi dan strategi pemasaran yang relevan.
2. Implikasi Praktis dengan memanfaatkan literasi digital secara strategis untuk meningkatkan

efisiensi operasional, daya saing, dan ekspansi pasar. Integrasi penjualan online dan offline mendukung pertumbuhan signifikan, sementara pelatihan rutin dan inovasi membantu mengatasi tantangan sumber daya dan ekspektasi pelanggan. Literasi digital terbukti menjadi aset utama untuk keberlanjutan bisnis mereka.

Daftar Pustaka

- Agit, A., Aisyah Julyana, S., & Ma'ruf, B. (2023). Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital.
- Ammar Al-Thariq. (2023). Tingkat Kemampuan Literasi Digital Pada Remaja Di Kota Banda Aceh.
- Hikmat, J., Muhammad, U., Fadli, D., Khalida, L. R., Buana, U., & Karawang, P. (2023). Digital Marketing Strategy In Increasing Sales Turnover At Saung Aqiqah Cianjur Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Saung Aqiqah Cianjur. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Fedrick Louis Saragih, J., Jihan Faradilla, A., Alhaq Nasution, R., Fatmi Adelina Tafonao, D., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital *Closing the Digital Divide: A Study on Improving Lives MSMEs Through Digital Literacy* Artikel Review. In *Jurnal Kolaboratif Sains* (Vol. 7, Issue 5). <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>
- 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>
- Halimatusa, diah, Puspaningtyas Faeni, D., Wahyu Setyawati, N., Fauzi, A., & Wijayanti, M. (2024). Kompetensi SDM, Peran Industri 5.0, Literasi Digital Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Motivasi Belajar Karyawan PT XYZ. 2(2), 36–49. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i2.355>
- Kurniawati, M., Ferdinand Riwu, Y., Yuritha Amtiran, P., Sandra Fa, Y., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku Umkm Di Kota Kupang.
- Sulistyo, A., Eko Yudiandri, T., & Ernawati, H. (2022). Literasi Digital Pelaku Umkm Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*.
- Surienty, T., Politeknik, R., & Medan, G. (2024). *Community Digitization Service: Improving Community Digital Skills Through Computer and Internet Training (At MSMEs in Tuktuk Siadong Village, Samosir Regency)* Pengabdian Mendigitalkan Desa: Meningkatkan Keterampilan Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Komputer dan Internet (Pada UMKM di Desa Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir). In *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.ppipbr.com/index.php/pengamas/index>
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., PD, C. N., & Handayani, L. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(1), 141–149. <https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.847>
- Yuningsih, N. D., Retnosary, R., & Yani, D. (n.d.). *Does On-Line Shop Influence The Volume of Sales? In International Journal of Economics Development Research* (Vol. 5, Issue 2). <https://id.techinasia.com/indonesia-hobi-belanja-online>
- Tiara, R. T., Suherman, E., & Anggela, F. P (2023). Pengaruh Kreatifitas dan Efikasi Diri Terhadap KINERJA UMKM (Studi Kasus Komunitas UMKM Pengusaha Mebel. *Mirac*, 2(3),3 -4 <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/indexP-ISSN16936876>