

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi digital menciptakan banyak inovasi bisnis terbaru berbasis internet yang dikenal dengan istilah sistem online. Teknologi digital telah menjadi terobosan baru untuk membantu pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Teknologi digital telah memainkan peran penting dalam mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi (Asbari dan Novitasari, 2020).

Perkembangan transformasi digital telah secara mendasar mengubah dunia bisnis. Terkhusus Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sekarang harus menjadi lebih inovatif dalam beradaptasi dengan situasi tersebut. Ditambah lagi, persaingan semakin ketat karena akses global melalui internet yang pada gilirannya mendorong UMKM untuk meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran mereka (Ranius, 2014).

Teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, kepuasan pelanggan, memperlancar komunikasi dan promosi, memudahkan transaksi, serta menjadi kunci keberlanjutan usaha (Prasetyo, 2020). Bagi UMKM, dengan melakukan digitalisasi di dalam penjualan secara online, kesempatan itu menjadi terbuka lebar. UMKM yang terhubung secara online dengan platform digital dapat menghasilkan pendapatan 2,1 kali lebih tinggi daripada yang masih offline (Kompas Data, dkk 2022).

UMKM menjadi bagian penting dalam menopang pertumbuhan dan perekonomian di Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan daya saing nasional. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah

UMKM di Indonesia mencapai 65 juta unit usaha, menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, dan menyumbang sekitar 61,7% dari Produk Domestik Bruto (PDB).

Dalam era digital ini, pemerintah telah mengambil langkah-langkah untuk mendukung digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dukungan ini berupa informasi mengenai kebijakan atau program pemerintah Kota Padang yang mendukung perkembangan UMKM, khususnya di sektor makanan, menunjukkan upaya peningkatan daya saing dan kualitas produk lokal. Sebagai contoh, pemerintah telah menyalurkan bantuan modal usaha kepada 20.000 UMKM dengan total nilai Rp100 miliar pada tahun 2022.

Industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Padang memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat ekonomi lokal, dengan sektor makanan. Data mengenai jumlah UMKM di sektor makanan, termasuk pertumbuhan usaha, akan memberikan gambaran tentang dinamika dan perkembangan sektor ini. Sebagai contoh, pada tahun 2021, tercatat sebanyak 11.782 pelaku usaha UMKM makanan di Kota Padang, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan pascapandemi.

Penggunaan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam menunjang keberhasilan pada UMKM. Seperti media sosial Instagram, Facebook, TikTok atau yang lainnya dalam pemasaran digital yang berdampak signifikan dalam memperluas jangkauan pasar, sehingga produk UMKM dapat dikenal lebih luas. UMKM dapat memanfaatkan e-commerce sebagai pelayanan online seperti Go Food, Shopee Food, dan Grab Food untuk meningkatkan penjualan dan mengekspos basis konsumen yang lebih banyak.

Teknologi digital juga memberikan dampak yang besar pada manajemen keuangan. Aplikasi keuangan seperti pembayaran QRIS dan kasir digital Olsera dapat mengelola dan memfasilitasi UMKM dalam transaksi dan mencatat keuangan secara sistematis, memantau arus kas, dan mengelola penjualan secara real time. Hal ini membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih cepat dan akurat yang meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, pengelolaan manajemen inventaris menjadi lebih terstruktur berkat adanya aplikasi yang memudahkan pemantauan ketersediaan stok secara otomatis.

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM dihadapkan pada tantangan dan peluang yang disebabkan oleh kemajuan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi digital telah menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di era globalisasi. Teknologi digital dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan berbagai aspek bisnis, mulai dari pemasaran dan penjualan secara online, sistem pembayaran, laporan keuangan, dan manajemen persediaan/stok.

Literasi digital menjadi salah satu pilar pendukung terwujudnya agenda transformasi digital (Kominfo, 2021). Literasi digital adalah kemampuan untuk mendefinisikan, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital (UNESCO, 2018). Dalam konteks UMKM, literasi digital mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana menggunakan berbagai perangkat teknologi untuk mengelola bisnis secara lebih efektif dan efisien.

Kemampuan literasi digital yang lebih baik dapat membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara lebih efisien, meningkatkan

kualitas layanan, dan menciptakan peluang baru untuk berkolaborasi dan kemitraan dengan pihak lain dalam ekosistem bisnis digital. Literasi digital juga dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk menganalisis tren pasar dengan lebih baik dan membuat keputusan berbasis data yang lebih akurat. Literasi digital tidak hanya menjadi alat untuk mendukung transformasi digital tetapi juga menjadi kunci keberhasilan dalam beradaptasi terhadap teknologi digital yang terus berkembang.

Di Kota Padang, digitalisasi UMKM menjadi salah satu fokus utama pemerintah guna mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kecamatan Pauh dan Kuranji, sebagai kawasan pusat pendidikan dengan potensi yang besar di Kota Padang, memiliki banyak UMKM yang dapat memanfaatkan teknologi digital, khususnya pada sektor makanan seperti usaha ayam geprek. Digitalisasi UMKM mencakup berbagai aspek, mulai dari pemasaran digital, platform e-commerce, aplikasi manajemen keuangan hingga penggunaan aplikasi manajemen inventaris. Tercatat pada 2023 masyarakat Kota Padang termasuk ke dalam 5 besar kota di Sumatera Barat yang memiliki angka indeks masyarakatnya berliterasi digital tertinggi dengan angka 68,15% (Kominfo, 2023). Namun, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala.

Salah satu kendala utamanya adalah kemampuan literasi digital di kalangan pelaku UMKM ayam geprek dalam mencari informasi dan memanfaatkan informasi digital tersebut secara efektif guna mendukung kegiatan operasional usahanya. Kompetensi pelaku UMKM dalam hal tersebut belum optimal, yang berdampak pada kurang maksimalnya pemanfaatan fasilitas digital seperti pemasaran digital, e-commerce, aplikasi manajemen keuangan, dan aplikasi manajemen inventaris. Banyak pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan mesin

pencarian informasi dan menavigasi platform digital secara efektif, sehingga peluang pasar sulit dijangkau. Kesulitan mengevaluasi validitas informasi sering kali berujung pada keputusan bisnis yang kurang tepat. Selain itu, tantangan mengintegrasikan informasi digital ke dalam strategi pemasaran membuat potensi teknologi belum dimanfaatkan secara optimal.

Pemanfaatan teknologi digital dipengaruhi oleh kemampuan literasi digital. Pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji sudah ada yang mengikuti pelatihan dan workshop yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun pihak swasta untuk meningkatkan literasi digital dalam mengelola usahanya. Pelatihan ini mencakup pengenalan aplikasi online, strategi pemasaran online, dan inovasi produk. Selain pelatihan tersebut, sebagian besar pelaku UMKM ayam geprek masih memanfaatkan media sosial untuk belajar secara mandiri. Mereka menggunakan tutorial di YouTube, Instagram, dan Facebook, serta artikel untuk mengembangkan keterampilan digitalnya.

Observasi terhadap UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji dalam memanfaatkan fasilitas digital menunjukkan bahwa sudah mulai memanfaatkan teknologi digital untuk usahanya. Beberapa UMKM, seperti ayam geprek Tokok Belenggek di Kecamatan Pauh, aktif menggunakan media sosial di dalam pemasaran digital seperti Instagram untuk mempromosikan produknya dan aplikasi pesan antar seperti GoFood. Ayam tonk yang berada di Kuranji juga memanfaatkan media sosial di dalam pemasaran digital dan aplikasi layanan pesan antar di dalam pemanfaatan e-commerce seperti GoFood dan ShopeeFood, serta manajemen keuangan seperti QRIS. Meskipun demikian, penggunaan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM ayam geprek tersebut masih bervariasi yang

memengaruhi efektivitas operasional dan pemasaran mereka.

Oleh karena itu, pengembangan usaha berbasis teknologi digital perlu dilakukan. Literasi digital sangat penting untuk meningkatkan kualitas tata kelola UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji. Pengembangan UMKM yang didukung oleh penerapan teknologi digital harus diiringi dengan kemampuan dalam mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi. Maka akan tercipta optimalisasi kinerja organisasi UMKM berbasis digital yang efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan fasilitas digital dan tingkat literasi digital pada pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji untuk mengidentifikasi potensi dan upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan tata kelola UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital ini. Penelitian ini berjudul **“Analisis Literasi Digital Pada Pelaku UMKM Ayam Geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja fasilitas digital dan pemanfaatannya untuk pengembangan usaha pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji Kota Padang?
2. Bagaimana tingkat dimensi literasi digital pada pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis fasilitas digital dan pemanfaatannya untuk pengembangan usaha pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji Kota Padang.
2. Menganalisis tingkat dimensi literasi digital pada pelaku UMKM ayam geprek di Kecamatan Pauh dan Kuranji Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi kepada masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi dan menjadi acuan dalam mengembangkan UMKM Ayam Geprek di Kota Padang.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk mengembangkan penelitian terkait dan meningkatkan pengembangan dan khasanah ilmu dalam bidang pemasaran peternakan.

