

Literasi Perangkat Digital Untuk Komunikasi Pasar Pada Usaha Olahan Singkong “Kampoeng Telo”

Hari Susanta Nugraha¹⁾, Naili Farida²⁾, Widayanto³⁾, Sari Listyorini⁴⁾

^{1,2,3,4)} Dept. Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang
 Jl. Professor Soedarto SH No. 3, Tembalang, Kota Semarang, 50139
 Telpn, (024) 7465407
 Email: harisusanta.nugraha@gmail.com
 DOI: 10.18196/ppm.33.192

Abstrak

Penurunan yang signifikan terjadi pada pembelian produk olahan singkong dari “Kampoeng Telo”, akibat adanya pandemi Covid-19. Pada Maret 2020 daya serap produk olahan singkong mulai berkurang sebesar 35% dan terus mengalami penurunan sampai dengan pertengahan 2020. Perajin olahan singkong di “Kampoeng Telo” yang mengandalkan area pasar Kota Semarang kesulitan untuk memperluas jangkauan pasar disebabkan oleh pembatasan sosial. Hal tersebut mendorong perajin untuk memperluas jangkauan pasar menggunakan perangkat digital berbasis jaringan internet. Peningkatan kemampuan memperluas jangkauan pasar olahan singkong dilakukan dengan pendampingan implementasi modul literasi digital berbasis perangkat android kepada 20 pelaku usaha olahan singkong di “Kampoeng Telo”, Kelurahan Kandri. Terdapat peningkatan kemampuan literasi digital berbasis perangkat android pada pelaku usaha olahan singkong yang diukur dari meningkatkan kuantitas jejaring di akun media sosial yang dimiliki perajin. Daya serap pasar yang berasal dari jejaring baru mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Kata Kunci: Literasi digital, jangkauan pasar, perangkat android

Pendahuluan

“Kampoeng Telo” di Kelurahan Kandri, Kota Semarang berjarak 14 kilometer dari pusat kota. Kegiatan mengolah makanan ringan berbahan baku singkong (*Manihot esculenta*) sudah menjadi pekerjaan pokok bagi sebagian warga kelurahan. Ada 20 pengusaha olahan singkong yang menghasilkan berbagai makanan kecil yakni; gethuk, ceriping singkong, medug (singkong rebus santan), risol singkong, roti singkong dan lain-lainnya. Setiap hari dibutuhkan sekitar 1 ton singkong untuk diolah menjadi berbagai jenis makanan. Kegiatan bisnis berbasis singkong ini mampu menghasilkan omset harian sekitar 5-7 juta rupiah, dengan area pasar di wilayah Kota Semarang.

Terjadinya pandemi Covid-19 pada awal 2020 telah mengubah pasar olahan singkong dari “Kampoeng Telo”. Adanya pandemi menyebabkan usaha skala mikro berada di garis terdepan dalam guncangan ekonomi. Pembatasan sosial berdampak melambatnya kegiatan bisnis usaha mikro secara drastis, dengan penurunan permintaan dan gangguan rantai pasokan (Thaha, 2020). Sebagai bisnis dengan skala yang masih kecil, “Kampoeng Telo” memasarkan olahan singkong dengan cara tradisional. Seperti dikemukakan bahwa pelaku usaha mikro masih mengandalkan sistem konvensional dalam memasarkan produknya dengan cara menjual secara langsung melalui kios di pasar, di gerai oleh-oleh dan dipamerkan melalui kegiatan expo (Amirudin, 2014). Tabel 1 dijelaskan jenis produk olahan singkong dan jangkauan pasar oleh usaha mikro “Kampoeng Telo”.

Dari observasi kegiatan penjualan produk ke pasar dapat dilihat bahwa sebagian besar pengolah singkong menggunakan penjualan langsung kepada konsumen. Adanya pembatasan sosial membuat model tersebut dinilai kurang efektif dan masih lemah untuk memasarkan produk-produk olahan singkong (*bantenraya.com*). Kelemahan penjualan langsung adalah keharusan bertemunya produsen dan konsumen (Widyastuti, Nuswantoro, Sidhi, 2016), sehingga ketika ada pembatasan sosial, banyak transaksi yang tidak bisa dilakukan.

Tabel 1. Jenis olahan singkong dan jangkauan pasar dari “Kampoeng Telo”

No.	Nama produk		Skema dan tempat penjualan
1.	Ceriping curah	a.	Dijual melalui agen di Pasar tradisional Gunungpati, Purwoyoso, Mijen, Wonolopo, dan Ngaliyan.
		b.	Sebagian disetor ke pusat oleh-oleh di Kawasan Wisata Kandri dan Semarang Kota.
2.	Gethuk, roti, dan medug	a.	Menyewa kios di tepi jalan Kampung Wisata Kandri dan titip jual di Pasar Gunungpati dan Mijen.
3.	Risol dan singkong keju	a.	Menitip jual di beberapa warung di jalan Kampung Wisata Kandri dan Jalan Raya Gunungpati-Semarang.
4.	Singkong crispy	b.	Titip jual di pusat oleh-oleh Kota Semarang dan beberapa gerai oleh-oleh di Kampung Wisata Kandri.

Sumber: Observasi lapangan, 2020

Guna mendorong terjadinya penjualan selama masa pandemi Covid-19 berlangsung, perajin singkong di “Kampoeng Telo” menggunakan perangkat teknologi telepon seluler untuk berkomunikasi dengan jejaring pasar dan pemasok. Proses digitalisasi hanya mungkin dilakukan ketika anggota organisasi tersebut sudah melek digital, yakni suatu kondisi ketika teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun jika kondisi ini belum tercapai, maka untuk mengembangkan UMKM berbasis digital perlu dilakukan literasi digital (Widyastuti, Nuswantoro, Sidhi, 2016). Namun, tidak semua pelaku usaha pengolah singkong memiliki keterampilan yang memadai dalam menggunakan perangkat digital dalam mengelola jejaring bisnis. Perlunya implementasi perangkat bisnis menggunakan basis internet disebabkan oleh Proses pertukaran informasi ekstra klaster untuk analisis kesempatan pasar sangat kurang. Hal ini menjadikan berkurangnya cakupan pasar produk olahan singkong.

Metode Pelaksanaan

Praktik literasi digital ditunjukkan dari utilitas teknologi internet dalam pekerjaan (Potter&McDougall, 2017). Untuk mendorong penggunaan perangkat digital berbasis internet dan aplikasi media sosial digunakan pendampingan kepada pengolah singkong. Dalam pendampingan pengolah singkong diberikan materi komprehensif tentang pengenalan perangkat, aplikasi, dan substansi pesan di media sosial. Sasaran kegiatan panduan digital ini dipadukan dengan proses literasi yang meliputi; (1) menemukan dan kenal. (2) mendapatkan utilitas. (3) mengevaluasi kegiatan (Potter&McDougall, 2017). Kegiatan panduan digital bagi pengusaha pengolah singkong diberikan melalui pelatihan pemanfaatan komponen digital, yakni perangkat, aplikasi, dan substansi pesan digital (Astuti, 2019; Kala'lembang, 2020) berbasis modul dan pendampingan kegiatan.

Tabel 2.

Kerangka Kerja Pemecahan Masalah Literasi Digital pada Usaha Pengolahan Singkong di “Kampoeng Telo”

Kegiatan Pandu	Komponen digital		
	Perangkat	Aplikasi media	Substansi pesan
Telaah materi	<ul style="list-style-type: none"> Model dan fungsi perangkat keras Pengenalan sistem dan jaringan 	<ul style="list-style-type: none"> Model tampilan, dan platform, media sosial Aplikasi software komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Audio and video messaging
Utilitas	<ul style="list-style-type: none"> Perangkat digital sebagai komunikasi dan promosi 	<ul style="list-style-type: none"> messages creating, capturing, and editing. Adding and combining Sharing, uploading and downloading 	<ul style="list-style-type: none"> Desain teks dan gambar Promosi dan komunikasi
Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> Kombinasi, pergantian, pembaharuan perangkat digital 	<ul style="list-style-type: none"> Penambahan, upgrading, dan penghapusan aplikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Create supporting, adding follower, direct massaging

Sumber: dikembangkan untuk program PKM, 2020

Sasaran dan kegiatan pandu digital ini bertujuan memperluas jangkauan informasi kepada pasar agar dapat menyerap produk olahan makanan. Pandu digital dilaksanakan tidak hanya pada perangkat saja, namun perlu memahami substansi platform perangkat dan tata kelola pesan. Kegiatan pandu digital ini bertujuan untuk optimalisasi media sosial dalam menambah jejaring dan memperluas jangkauan pasar (*Pradiani, 2017*).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan rangkaian kegiatan pandu digital bagi pengolah makanan berbahan singkong di “Kampoeng Telo” yang tengah mengalami kelesuan pasar akibat pandemi. Pandu digital memiliki urgensi untuk membuka peluang pasar diluar Kota Semarang dengan memanfaatkan perangkat digital berbasis media sosial. Hal ini seperti dijelaskan pada gambar 1, bahwa pendampingan dilaksanakan kepada perajin untuk literasi digital.

a. Pandu telaah perangkat digital

Pada kegiatan pandu perangkat digital, materi yang diberikan kepada perajin adalah pengenalan spesifikasi perangkat dan pengenalan jaringan koneksi internet. Pemahaman spesifikasi dan konektivitas bertujuan agar perajin dapat memaksimalkan kinerja perangkat pada kondisi jaringan internet yang berlaku di wilayah domisili. Berdasarkan pendampingan implementasi pandu perangkat, maka diperoleh fakta bahwa sebagian besar perajin belum mengerti nama dan memahami fungsi perangkat dasar seluler. Perangkat dasar yang dimaksud, yakni; layar sentuh, akses *memory*, kamera, pengeras suara, kartu sim, dan fitur perangkat. Terkait dengan kinerja perangkat yang dimiliki oleh perajin, 50% belum memiliki spesifikasi perangkat android yang cukup memadai.

Gambar 1.

Pelatihan pandu digital perajin di “Kampoeng Telo”, Kelurahan Kandri



Sumber: dokumentasi kegiatan, 2020

Selain materi perangkat keras, didampingi juga dalam hal mengunduh dan mengunggah dokumen, mengambil gambar dengan kamera, membuat rekaman suara, dan rekaman video. Pendampingan dalam proses merekayasa foto, tulisan, dan video disebabkan oleh sebagian besar perajin belum memiliki keterampilan yang cukup baik dalam mengolah pesan.

Keterampilan evaluasi perangkat digital dan jaringan internet oleh perajin di “Kampoeng Telo” sangat minim. Hal ini ditunjukkan dengan minimnya upaya untuk memahami spesifikasi perangkat android yang dimiliki, serta minimnya upaya untuk menambah kemampuan perangkat, yakni melakukan upgrading, pergantian, dan perubahan perangkat. Pemahaman

terhadap kualitas jaringan juga sangat lemah. Hal ini ditunjukkan dengan ketidakmampuan perajin dalam membaca spesifikasi dan kualitas jaringan internet, perangkat menambah kinerja jejaring, serta migrasi jaringan. Kelemahan dalam evaluasi perangkat dan jaringan ini mengakibatkan preferensi perajin dalam pembelian dan perubahan perangkat android tidak berdasarkan referensi kinerja dan spesifikasi perangkat android yang baik untuk melakukan kegiatan komunikasi bisnis.

b. *Pandu telaah aplikasi media sosial*

Pendampingan pandu media sosial perajin dipandu untuk menemukenali media sosial dengan *platform* komunikasi tertulis, yakni surat elektronik dan mailing list. Perajin mayoritas tidak mengerti dan memahami fungsi surel yang ada. Bahkan sebagian besar belum pernah menggunakan sama sekali. Untuk platform media sosial komunikasi teks, gambar, suara, dan video, perajin mempraktikkan dan mengakses 4 media sosial terkemuka, yakni; *facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger, dan Line*. Dari ke-4 media sosial dengan platform komunikasi teks, gambar, suara, dan video hanya sebagian kecil yang mampu menggunakan (utilitas) aplikasi media sosial. Sebagian besar perajin menggunakan aplikasi media sosial untuk menyebarkan informasi teks dan gambar saja.

Selanjutnya, pendampingan dilaksanakan dengan memberikan arahan tata kelola (*creating, layout, editing, dan sharing*) pesan tulisan, gambar, video, dan suara. Sebagian besar perajin sudah melakukan tata kelola pesan tulisan dengan baik. Sebaliknya, pada pesan suara, video, dan gambar masih banyak kelemahan dalam hal tata letak dan fokus pesan. Perajin hanya melakukan unggahan tanpa melakukan proses editing pesan. Kelemahan terlihat pada aspek estetika. Hasilnya, unggahan yang dilakukan oleh perajin kurang menarik untuk disimak.

Pada aspek evaluasi terhadap aplikasi media sosial yang digunakan oleh perajin didapatkan fakta bahwa mayoritas perajin merasakan puas terhadap aplikasi media sosial karena mampu memenuhi kebutuhan berkomunikasi dengan *stakeholder*. Pada saat ini, perajin secara keseluruhan telah mengunduh dan menggunakan aplikasi media sosial yang tidak berbayar. Secara keseluruhan perajin tidak akan melakukan *upgrading* kepada aplikasi media sosial berbasis interaksi yang berbayar.

c. *Pandu kelola pesan*

Dalam kegiatan pandu kelola pesan, materi pendampingan adalah mengenal karakteristik pesan tertulis, gambar, video, dan suara. Penggunaan pesan tulisan dan gambar adalah yang paling banyak diunggah perajin, dimana 85% perajin melakukan unggahan secara konsisten tentang produk yang dijual. Namun, besaran pesan (*size of message*) tidak dipahami oleh perajin. Bahkan, ekstensi pesan yang layak untuk diunggah di media sosial banyak perajin yang tidak memahami. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya unggahan dari perajin, dalam bentuk teks, gambar, dan video banyak melakukan kesalahan format dan desain.

Dalam tata kelola substansi pesan, perajin mencoba materi penulisan teks yang efektif, video singkat, dan editing gambar (foto). Sebagian besar perajin mampu melakukan proses tata kelola substansi pesan dan mampu melakukan pengunggahan dengan baik.

Simpulan

Kegiatan pendampingan tata kelola perangkat digital di “Kampoeng Telo” mendapatkan kesimpulan, yakni; (1) peningkatan literasi digital ditunjukkan dengan kemampuan perajin dalam memahami perangkat, utilitas, dan kemampuan evaluasi perangkat digital. Kemampuan

ini bertujuan untuk memaksimalkan kinerja perangkat dalam jaringan internet. (2) peningkatan literasi aplikasi *medsos* ditunjukkan dengan kemampuan perajin dalam memahami *platform medsos* yang berbasis teks, gambar, dan video. Kemampuan literasi aplikasi *medsos* bertujuan untuk memaksimalkan utilitas akun *medsos* yang dimiliki perajin singkong. (3) peningkatan literasi substansi pesan (*message*) kemampuan perajin menrancang dan mengelola substansi pesan berupa teks, gambar, dan video. Kemampuan ini bertujuan untuk memaksimalkan substansi pesan yang disampaikan kepada jejaring.

Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian kepada masyarakat dengan kegiatan pendampingan literasi digital berbasis perangkat android untuk media sosial di Kelurahan Kandri dibiayai dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang. Dasar pelaksanaannya adalah Surat Perjanjian Penugasan Tim Pengabdian dengan pimpinan fakultas nomor:5378/UN7.5.7/PG/2020. Terima kasih disampaikan kepada Dekan FISIP Undip dan perajin olahan singkong “Kampoeng Telo”.

Daftar Pustaka

- Amiruddin, S, (2014) “Jaringan Sosial Pemasaran pada Komunitas Nelayan Tradisional Banten”, *Jurnal Komunitas*, hal: 106-115. DOI: 10.15294/komunitas.v6i1.2949
- Astuti, E.Z. (2019), “Gerakan Literasi Digital Studi Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Sistem Informasi Potensi Kreatif Desa di Kulonprogo”, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* ISSN: 2580-863X (p); 2597-7768 (e); Vol. 3, no. 2 (2019), hal. 331-352, doi: 10.14421/jpm.2019.032-05 <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jpmi/index>
- Cecep, HS, (2017). “Pendidikan Literasi Digital di Kalangan Usia Muda di Kota Bandung”, *PEDAGOGIA: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol.2, no.1, Juli 2017
- Widyastuti, D.A.R., Nuswantoro, R. dan Sidhi, T.A.P (2016), “Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3 No.1, Juli 2016, hlm 1-15
- Erlanitasari, Y dan Rahmanto, A (2019), “Digital Economic Literacy Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) go online, *Informasi*, Volume 49. No. 2. Des. 2019, (p) 0126-0650; ISSN (e) 2502-3837 Vol. 49, No. 2 (2019), pp. 145-156 doi: <http://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Kala’lembang, A (2020), “Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19”, *Capital, jurnal ekonomi dan manajemen* p-issn: 2598-9022/ E-ISSN: 2598-9618, <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital>
- Kurnia, MN, Santi Indra AS., (2017) “Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra”, *informasi Kajian Ilmu Komunikasi* vol. 47. No.2. Dec.2017

- Limilia P, Aristi, N (2019), “Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis”, *Jurnal KOMUNIKATIF*, Vol. 8 no. 2, dec. 2019
- Pradiani, T., (2017), “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan” *JIBEKA*, vol. 11 nomor 2.: 46-53
- Potter, J & McDougalls, J. (2017) “*Digital Media, Culture and Education*”, Palgrave MacMillian, London UK,
- Thaha, AF (2020) “Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Brand*, Vol. 2 No. 1, Juni 2020, e-ISSN : 2715-4920, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>