

MSMEs CAPACITY BUILDING THROUGH DIGITAL LITERACY IN BUMDES MSMEs IN THE DISTRICT OF ROAD CAGAK SUBANG REGENCY

Rasman Sonjaya¹, Almadina Rakmaniar², Irma Purnama Sari³, Ahmad Fahrul⁴, Muchtar⁴,
Nur'aeni⁵

Ilkom UNPAS^{1,2,3}, Ilkom UPI⁴, Ilkom Universitas Subang⁵
email: ipurnamasari856@gmail.com

Abstract

The Covid-19 pandemic has had an extraordinary impact on business continuity, including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The majority of MSMEs have been negatively affected by the Covid-19 pandemic. The digitization of MSMEs is an effort to change from conventional to digital systems as an effort to increase the effectiveness and efficiency of MSME business and operational processes. The digitization of MSMEs has made MSME business actors change their business management from conventional to modern practices. However, there are still many people who do not understand that the use of digital media is an obstacle for various aspects, one of which is MSME actors in Jalan Cagak District, Subang Regency. The opportunity to be able to introduce MSME products is very open with digital media. This should be able to help and boost the economy of MSMEs in Jalan Cagak District, Subang Regency, by taking advantage of various opportunities as creative content industry players. The problems that have been identified are the things that are discussed together by the PKM team (community activity program), in order to be given the best solution, the problem is how the current content creators become qualified so that they can help in efforts to increase digital media literacy. In this PKM activity, the team will carry out activities based on several methods. The expected output target in this activity is so that digital media literacy can be in demand with quality creative content. The approach method used to overcome problems faced by partners is through outreach, training or counseling and consulting activities. Then an active participatory approach is carried out between the proposing team and partners on an ongoing basis and plays an active role in providing assistance and coaching in the creation of digital creative content.

Keywords: Digital Literacy, UMKM, Content Creator, Subang Regency

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak luar biasa bagi keberlangsungan bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Mayoritas UMKM terkena dampak negatif dari pandemi Covid-19 ini. Adanya digitalisasi UMKM sebagai upaya perubahan dari sistem konvensional ke digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM. Digitalisasi UMKM membuat pelaku usaha UMKM mengubah pengelolaan bisnisnya dari praktik konvensional ke modern. Namun, masih banyak orang yang belum memahami pemanfaatan media digital menjadi salah satu kendala bagi berbagai aspek, salah satunya adalah pelaku UMKM di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang. Kesempatan untuk dapat memperkenalkan produk UMKM sudah sangat terbuka dengan adanya media digital. Hal itu seharusnya dapat membantu dan mendongkrak perekonomian pada pelaku UMKM di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang, dengan memanfaatkan berbagai peluang sebagai pelaku industri konten kreatif. Permasalahan yang telah teridentifikasi, menjadi hal yang didiskusikan bersama oleh tim PKM (program kegiatan masyarakat), untuk dapat diberikan solusi jalan keluar yang terbaik, permasalahannya yakni bagaimana content creator yang ada saat ini menjadi berkualitas agar dapat membantu dalam berupaya meningkatkan literasi media digital. Pada kegiatan PKM ini, pelaksanaannya tim akan melakukan kegiatan yang didasarkan pada beberapa metode. Target luaran yang diharapkan dalam kegiatan ini, agar literasi media digital dapat diminati dengan *content creative* yang berkualitas. Metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi persoalan yang dihadapi mitra adalah melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan atau penyuluhan dan konsultasi. Kemudian dilakukan pula pendekatan partisipatif aktif yang dilakukan antara tim pengusul dengan mitra secara berkelanjutan dan berperan aktif untuk melakukan pendampingan dan pembinaan dalam pembuatan digital konten kreatif.

Kata Kunci : Literasi Digital, UMKM, Content Creator, Kabupaten Subang.

PENDAHULUAN

Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008:2-3). Media digital merupakan sebuah media yang dikodekan dalam format yang dapat dibaca oleh mesin. Media digital dapat dibuat, dilihat, didistribusikan, dimodifikasi, dan dapat bertahan pada perangkat elektronik digital. Didalam era saat ini, kombinasi antara internet dan komputasi, menyebabkan media digital membawa dampak dan masalah dalam dunia penerbitan, jurnalistik, hiburan, pendidikan, perdagangan, dan yang lainnya. Media digital esensinya masih sama seperti media konvensional, yang mana sebagai wadah untuk menuangkan segala informasi apapun yang dapat dibaca, ditransfer, dikomunikasikan, diajarkan, kepada para pembacanya. Susanto (2004:46), menyatakan bahwa "Informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat"

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) menjelaskan media sosial menjadi konversi komunikasi personal dan media publik. Boyd dalam Nasrullah (2015) memaparkan media sosial ialah perangkat lunak yang digunakan untuk berinteraksi dan saling berkolaborasi. User-generated content (UGC) merupakan kekuatan media sosial yang mana konten diproduksi oleh penggunanya bukan oleh instansi media massa.

Seorang pembuat pesan pada media digital yang saat ini kita kenal sebagai Content Creator merupakan orang yang mengemas sebuah pesan menjadi menarik untuk di publikasikan dalam sebuah media, sehingga pesan yang mereka buat terkadang lebih cepat membius para pembaca untuk tertarik dalam memperhatikan tulisan, konsep, makna yang disematkan dalam satu kesatuan yang kita sebut sebagai konten

Content Creator bertugas membuat konten baik berupa tulisan, gambar ataupun video yang akan ditampilkan pada berbagai media populer seperti YouTube, Snapchat, Instagram, dan masih banyak lagi. Kini konten tidak hanya terbatas pada gambar dan suara saja tetapi juga dalam bentuk tutorial, vlogging, podcasting dan lain sebagainya

Content Creator adalah sebuah profesi yang tidak memandang usia, jenis kelamin, dll. Semua elemen masyarakat dapat menjadi seorang content creator, karena manusia diciptakan memiliki akal yang sempurna, manusia memiliki kreatifitas, ide, gagasan bahkan setiap manusia pasti akan berbeda-beda dalam mengelola sebuah pesan yang akan disampaikan atau dijadikan konten. Setiap orang akan berlomba-lomba dalam menciptakan sebuah konten yang bernilai dan menarik, namun tentu konten yang berkualitas adalah konten yang sesuai tidak melanggar norma dan etika. Jadi literasi digital sangat diperlukan oleh seorang content creator.

Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami informasi dengan bentuk hypertextual melalui cara membaca. Bukan hanya memahami dan kemampuan untuk menggunakan digital atau media tersebut, tetapi kemampuan berfikir terhadap informasi yang di dapatkan dalam berbagai sumber media digital secara efektif. Dengan konsep literasi digital sebagai kemampuan dan memahami serta menggunakan informasi dari berbagai sumber digital berperan sebagai kepentingan pengembangan diri dan organisasi, Bawden (2001).

Melalui literasi digital pelaku usaha tidak hanya mengerti digital secara menyeluruh tetapi mereka juga dapat menyeimbangkan dengan kegiatan sehari-hari terutama untuk menunjang aktivitas usaha yang dimiliki. Aktivitas yang dilakukan beragam, dapat berupa promosi ataupun pemasaran melalui sosial media agar memberikan keuntungan bagi usahanya. Metode pemasaran online seperti ini mempunyai pengaruh yang baik terhadap pengembangan usaha yang dimiliki dengan memberikan keuntungan yang lebih besar, Potter (2005)

Dalam pelaksanaannya era digital ini banyak membantu berbagai aspek pekerjaan, salah satunya untuk memberi informasi dan mengenalkan produk lokal dalam cakupan yang lebih luas. Namun, masih banyak orang yang belum memahami pemanfaatan media digital menjadi salah satu kendala bagi berbagai aspek, salah satunya adalah pelaku UMKM Bumdes di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang. Kesempatan untuk dapat memperkenalkan produk UMKM sudah sangat terbuka dengan adanya media digital. Hal itu seharusnya dapat membantu dan mendongkrak perekonomian pada pelaku UMKM Bumdes di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang, dengan memanfaatkan berbagai peluang sebagai pelaku industri konten kreatif.

Permasalahan yang telah teridentifikasi, menjadi hal yang didiskusikan bersama oleh tim PKM (program kegiatan masyarakat), untuk dapat diberikan solusi jalan keluar yang terbaik,

permasalahannya yakni bagaimana content creator yang ada saat ini menjadi berkualitas agar dapat membantu dalam berupaya meningkatkan literasi media digital. Pada kegiatan PKM ini, pelaksanaannya akan melakukan kegiatan yang didasarkan pada beberapa metode seperti pelatihan dan pendampingan. Target luaran yang diharapkan dalam kegiatan ini, agar literasi media digital dapat diminati dengan content creative yang berkualitas.

METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi persoalan yang dihadapi mitra adalah melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan atau penyuluhan dan konsultasi. Kemudian dilakukan pula pendekatan partisipatif aktif yang dilakukan antara tim pengusul dengan mitra secara berkelanjutan dan berperan aktif untuk melakukan pendampingan dan pembinaan dalam pembuatan digital konten kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

New media adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20 (Aji, 2016:46). Dalam pelaksanaannya era digital banyak membantu berbagai aspek pekerjaan, salah satunya untuk memberi informasi maupun mempromosikan produknya. Namun, masih banyaknya orang yang belum memahami pemanfaatan media digital menjadi salah satu kendala bagi berbagai aspek, salah satunya adalah pelaku UMKM di Bumdes di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang. Tantangan penurunan penjualan karya di era pandemic menjadi salah satu permasalahan yang cukup kompleks, tapi hal itu sebetulnya dapat diatasi dengan pemanfaatan melalui media digital ataupun media sosial. Kesempatan untuk dapat memperkenalkan produk UMKM sudah sangat terbuka dengan adanya media digital. Hal itu seharusnya dapat membantu dan mendongkrak perekonomian pada pelaku UMKM Bumdes di Kecamatan Jalan Cagak, Kab Subang, dengan memanfaatkan berbagai peluang sebagai pelaku industri konten kreatif.

Adapun pengertian UKM menurut Suhardjono mendefinisikan Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sertakepemilikan sebagaimana diatur dalam undang – undang. Menurut para ahli Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara salah satunya bagi Indonesia dimana, hal ini baik dalam penambahan lapangan kerja dan jumlah usaha (Ina Primiana, 2009, hlm. 1). UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, tim melakukan wawancara dengan mitra, untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra dan sasaran yang ingin mitra capai dalam pengembangan UMKM ini.

UMKM Bumdes di Kec Jalan Cagak ini di dalam nya terdapat beberapa kepala rumah tangga yang sumber pencahariannya dari UMKM ini. Namun pada eksekusi penjualannya mereka belum sampai ke tahap penjualan melalui media sosial, mitra belum mengetahui apa itu literasi digital. Maka dari itu tim menyampaikan beberapa pengetahuan umum serta cara cara agar mereka dapat memasarkan produk nya lebih luas.



Gambar 1. Tim di Lokasi

Dari hasil kunjungan tempat/ survey tempat. Kondisi kediaman mitra di penuhi UMKM yang menarik namun sayang hanya dipasarkan di tempat kediamannya saja. Sehingga tim memutuskan

untuk memberikan pengetahuan mengenai literasi digital dan penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan produk.



Gambar 1 Pemaparan Materi

Tim memberikan materi kepada Mitra mengenai Literasi Digital dan Penggunaan media sosial dari sudut pandang Content Creator juga mengenalkan cara penggunaan e-commerce secara umum agar mitra lebih mengenal juga lebih tertarik dengan penjualan secara digital. Mitra memberikan respons positif dan antusias kepada materi yang telah diberikan. Serta keinginan yang tinggi dalam diri Mitra untuk memajukan dan meningkatkan ekonomi masyarakat Kecamatan Jalan Cagak terutama para UMKM disini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat (PKM) yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa 1). mitra sudah dapat memahami literasi digital dan penggunaan media sosial untuk kepentingan bisnis 2) mitra tertarik untuk menggunakan e-commerce untuk mengembangkan bisnis UMKM mereka agar perekonomian mereka meningkat.

SARAN

1. Sebaiknya Pelaku UMKM di Kecamatan Cagak Subang tidak hanya mengandalkan penjualan secara offline saja, melainkan harus memanfaatkan media sosial untuk penjualan secara online jika menginginkan sebuah perkembangan dalam bisnisnya.
2. Sebaiknya para konten creator selain menonjolkan keunikan dan kreativitas juga harus memperhatikan etika dan norma-norma yang berlaku saat akan membuat sebuah konten, terutama konten untuk pemasaran. Sehingga konten yang tersebar luas di media sosial bisa memberikan informasi atau edukasi terhadap masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wataala, atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya, Kami dapat menyelesaikan laporan Pengabdian kepada Masyarakat melalui kegiatan Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Literasi Digital Pada UMKM Bumdes Di Kecamatan Jalan Cagak Kab. Subang

Pangabdian kepada masyarakat ini merupakan perwujudan salah satu Tri Dharma Perguruan tinggi yang dilaksanakan oleh civitas akademika program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan dengan Program Studi ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia dan Universitas Subang. Dalam kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu politik yang telah memberikan dukungan untuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat
2. P3M FISIP UNPAS yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan memfasilitasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat
3. Staf Dosen dan TU Fisip Unpas telah membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.
4. Seluruh civitas akademika Fisip Unpas
5. Masyarakat jalan Cagak Kabupaten Subang yang telah berkenan menjadi mitra dalam acara Pengabdian ini.

Semoga Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM BUMDes di Jalan Cagak Kabupaten Subang.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, P3M FISIP UNPAS Tahun 2019.
- Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XII Kemenristedikti, Tahun 2018
- Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba. Humanika.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan. Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung: Alfabeta
- Potter, W. James. 2005. *Media Literacy*. Thousands Oak: Sage Publications
- Suhardjono, 2008. *Manajemen Pengkreditan Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Susanto. 2004. *Sistem Informasi Manajemen konsep dan pengembangannya*. Lingga Jaya. Bandung
- Tambunan, Tulus, 2012 “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting”, Jakarta: LP3ES.
- Aji, R. (2016). Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43–54
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts. *Journal of documentation*, 57(2), 218-259. https://id.wikipedia.org/wiki/Media_digital diakses pada tanggal 22 Februari 2023 <https://www.gramedia.com/literasi/content-creator/> diakses pada tanggal 22 Februari 2023