

**LAPORAN AKHIR**

**PENELITIAN**

**LITERASI DIGITAL PELAKU USAHA MIKRO, KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN JEMBER**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH. ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**

**Oleh:**

**Nama: Novita Nurul Islami, S.Pd, M.Pd  
NIDN: 0021118709**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
2021**

## HALAMAN IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. a. Judul Penelitian : Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember
- b. Jenis Penelitian : Kualitatif
2. Peneliti :
  - a. Nama Lengkap : Novita Nurul Islami, S.Pd., M.Pd
  - b. NIP/ NIDN : 198711212020122002 / 0021118709
  - c. Pangkat : Penata Muda Tk.I
  - d. Jabatan : Asisten Ahli/IIIb
  - e. Program Studi : Tadris IPS
3. Lokasi Penelitian : Jember
4. Biaya : Mandiri
5. Sumber Dana : Mandiri

Jember, 16 Agustus 2021

Mengetahui,

Ketua LP2M



Dr. H. Mustajab, S.Ag., M.Pd.I  
NIP. 197409052007101001

Peneliti

Novita Nurul Islami, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198711212020122002

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN IDENTITAS DAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
RINGKASAN .....	v
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Literasi Digital .....	5
2.2 Konsep Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.....	13
2.3 Literasi Digital Pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian .....	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.3 Teknik Analisis Data .....	21
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Jember .....	23
4.2 Literasi Digital Pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah Di Kabupaten Jember .....	33
BAB 5. BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN .....	42
5.1 Anggaran Biaya .....	42
5.2 Jadwal Penelitian .....	42
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
6.1 Kesimpulan.....	43
6.2 Saran .....	45

DAFTAR PUSTAKA .....	46
LAMPIRAN.....	49

# **LITERASI DIGITAL PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN JEMBER**

## **RINGKASAN**

Indonesia merupakan negara yang memiliki pelaku industri UKM paling banyak, hal ini disebabkan oleh tingginya usia produktif di Indonesia yang tidak berbanding lurus dengan ketersediaan jumlah lapangan pekerjaan, mendorong orang Indonesia berlomba-lomba menciptakan terobosan untuk meningkatkan daya saing demi memajukan perekonomian masing-masing. Tidak heran semakin banyak bermunculan pelaku usaha sektor industri Usaha Kecil Menengah. Selama beberapa dekade terakhir, pesatnya perkembangan Internet dan teknologi informasi telah sangat memengaruhi setiap aspek kegiatan organisasi dan sosial. Capacity building berbasis teknologi komunikasi dan informasi perlu dilakukan, dalam hal ini adalah literasi digital dilakukan untuk mengembangkan kualitas tata kelola UMKM. Harapannya pengembangan UMKM yang didasarkan pada penerapan teknologi digital akan disertai dengan kemampuan menggunakan teknologi tersebut untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, serta membuat dan berkomunikasi dengan orang lain. Akan terjadi optimalisasi kinerja organisasi UMKM berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk : a) mengetahui bagaimana kepemilikan fasilitas digital, kemampuan dalam mengakses dan kemampuan memanfaatkan media digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember, b) mengetahui bagaimana kesempatan akses media baik media sosial maupun media berjejaring internet lainnya yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember, c) mengetahui bagaimana pemanfaatan media digital untuk mendukung upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi untuk dapat memperoleh informasi, untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan, serta tujuan yang hendak dicapai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) sebanyak 67 % pelaku UMKM di Jember tidak memiliki fasilitas media digital berupa komputer, namun temuan lain menunjukkan sebanyak 73% pelaku UMKM memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak memiliki fasilitas komputer beberapa pelaku UMKM masih memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer, artinya sebagian dari pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam kepemilikan fasilitas digital masih berusaha untuk tetap belajar dalam penggunaan media digital. Berdasarkan hasil wawancara mereka mengakui bahwa sering meminjam komputer kepada saudara dan teman untuk belajar utamanya berkaitan dengan cara desain produk dan marketing. Hal ini mereka lakukan jika mereka kesulitan jika hanya menggunakan handphone. Sedangkan, frekuensi pelaku UMKM dalam menggunakan komputer dalam seminggu terakhir, yaitu sebanyak 7% lebih dari 6 kali, 13% 3-6 kali, 20% 1-3 kali dan 60% sama sekali tidak menggunakan komputer. 7% pelaku UMKM yang sering menggunakan komputer dalam seminggu terakhir menjelaskan bahwa mereka memang memiliki media promosi (digital marketing) pada beberapa marketplace, media sosial dan juga memiliki web. Sehingga, setiap hari harus menggunakan komputer untuk melayani konsumen sebagai kegiatan rutin, hal ini dirasa lebih memudahkan mereka dalam menjalankan pemasaran online serta

belajar aplikasi-aplikasi yang dapat mendukung peningkatan kualitas produk jika dibandingkan dengan menggunakan handphone. Berdasarkan hasil temuan dalam riset ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan media digital untuk tujuan pengembangan usaha maupun untuk peningkatan literasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Jember masih dalam kategori rendah. 2) Fasilitas media untuk mengakses internet yang dominan digunakan yaitu handphon sebesar 67%, komputer pc 33% dan melalui warnet 0%. Sedangkan kanal media yang dominan mereka akses adalah media sosial yaitu 73% diantaranya yang cenderung mereka akses adalah facebook, IG, wa. Rata-rata dari responden kurang mengenal media sosial lain selain media sosial tersebut. Kemudian untuk akses ke market place sebesar 13%, akses email hanya 7%. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Jember belum memanfaatkan media lain seperti market place, market space dan email. Penggunaan email hanya sebagai syarat untuk membuka media sosial. Bahkan mereka banyak yang menjelaskan bahwa sudah lama sekali tidak membuka email, sehingga lupa passwordnya. Sedangkan berkaitan dengan tujuan pelaku UMKM dalam mengakses informasi diperoleh sebesar 67% tujuan dari mengakses informasi yaitu untuk pemasaran produk, sebesar 13% untuk mencari informasi berkaitan dengan pengembangan produk dan pengembangan usaha, sebesar 7% untuk mencari informasi tentang kompetitor dan 13% untuk kegiatan lain yang tidak ada hubungannya dengan usaha. Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa pola menjalankan usaha dari UMKM di Kab. Jember dijalankan apa adanya, banyak dari mereka belum memanfaatkan akses internetnya untuk mencari informasi strategi bagaimana cara meningkatkan kualitas produk dan percepatan pengembangan usaha, bahkan sebagian dari mereka abai atau tidak peduli dengan kompetitor. 3) Upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku UMKM di Kab. Jember sudah berjalan dan berlangsung dari tahun ke tahun. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih belum mampu melakukan pengelolaan manajerial secara ideal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan peluang di era digital saat ini. Bagi UMKM yang sudah mampu memanfaatkan media digital dalam membantu manajemen usahanya, di antaranya manajemen pemasaran, keuangan, informasi, dan lain-lain dapat mempercepat laju perkembangan dan keberlanjutan usahanya.

**Kata kunci:** *literacy digital*, pelaku usaha, UMKM

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang memiliki pelaku industri UMKM paling banyak, hal ini disebabkan oleh tingginya usia produktif di Indonesia yang tidak berbanding lurus dengan ketersediaan jumlah lapangan pekerjaan (menurut Ketua Dewan Pertimbangan Kadin DKI, Dhaniswara K Harjono) (merdeka.com, 2014), mendorong orang Indonesia berlomba-lomba menciptakan terobosan untuk meningkatkan daya saing demi memajukan perekonomian masing-masing. Tidak heran semakin banyak bermunculan pelaku usaha sektor industri Usaha Kecil Menengah.

Selama beberapa dekade terakhir, pesatnya perkembangan Internet dan teknologi informasi telah sangat memengaruhi setiap aspek kegiatan organisasi dan sosial. Pemerintah telah berupaya meningkatkan akses dan transfer teknologi untuk mengembangkan pelaku UKM inovatif yang antara lain dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sehingga diharapkan akan mampu bersaing dengan pelaku UKM asing. Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di berbagai daerah akan menjadi solusi jitu guna mengatasi kelesuan yang sedang melanda kondisi perekonomian nasional saat ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa UKM atau UMKM memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Dalam rancangan kebijakan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI), Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mengubah Indonesia menjadi negara berpendapatan menengah pada tahun 2025. Untuk mencapai hal tersebut Indonesia membutuhkan setidaknya pertumbuhan ekonomi 7 % per tahun, 2 % di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi selama ini. Dapat menjadi pelajaran bagi kita bahwa pada saat krisis ekonomi melanda di Indonesia tahun 1997 lalu, dimana banyak

perusahaan-perusahaan besar yang mengalami kerugian, kelesuan dan bahkan berhenti aktifitas usahanya. Namun Usaha Kecil dan Menengah terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi tersebut dan mampu menyelamatkan perekonomian Indonesia pada saat dilanda krisis, sehingga sektor Usaha Kecil dan Menengah sangat diharapkan untuk mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Capacity building berbasis teknologi komunikasi dan informasi perlu dilakukan, dalam hal ini adalah literasi digital dilakukan untuk mengembangkan kualitas tata kelola UMKM. Harapannya pengembangan UMKM yang didasarkan pada penerapan teknologi digital akan disertai dengan kemampuan menggunakan teknologi tersebut untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, serta membuat dan berkomunikasi dengan orang lain. Akan terjadi optimalisasi kinerja organisasi UMKM berbasis digital.

Berdasarkan pemikiran di atas, peneliti terdorong untuk mengkaji lebih dalam sebuah penelitian yang berjudul “Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kepemilikan fasilitas digital, kemampuan dalam mengakses dan kemampuan memanfaatkan media digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember?



2. Bagaimanakah kesempatan akses media baik media sosial maupun media berjaringan internet lainnya yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember?
3. Bagaimanakah pemanfaatan media digital untuk mendukung upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kepemilikan fasilitas digital, kemampuan dalam mengakses dan kemampuan memanfaatkan media digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui bagaimana kesempatan akses media baik media sosial maupun media berjaringan internet lainnya yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media digital untuk mendukung upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setelah dilakukannya penelitian, diharapkan hasil penelitian ini mempunyai manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat yang ingin penulis capai yaitu:

- 1) Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan keilmuan pemasaran berbasis teknologi digital;

- 2) Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat memberi pemahaman tentang perkembangan era digital yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan berwirausaha;
- 3) Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka khususnya pada bahasan literasi digital pada UMKM.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Literasi Digital**

#### **2.1.1 Pengertian Literasi Digital**

Literasi merupakan suatu topik yang banyak diperbincangkan dewasa ini. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, mendorong terjadinya perubahan dalam konsep literasi itu sendiri. Awalnya literasi hanya merujuk pada kemampuan untuk membaca dan menulis teks serta kemampuan untuk memaknai (UNESCO, 2005:148), namun saat ini konsep literasi ini terus berkembang dan terbagi ke dalam beberapa bentuk literasi, salah satunya yakni literasi digital.

Konsep literasi digital ini mulai muncul sejak tahun 1990. Salah satu tokoh terkenal yakni Gilster (1997:1-2) yang mendefinisikan literasi digital sebagai suatu kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Jadi bukan hanya mencakup kemampuan membaca, namun dibutuhkan pula suatu proses berpikir secara kritis untuk melakukan evaluasi terhadap informasi yang ditemukan melalui media digital.

Literasi berasal dari bahasa Inggris yaitu Literacy yang dapat diartikan kemampuan baca tulis. Menurut UNESCO literasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan,berkomunikasi, menghitung dan menggunakan bahan cetak dan tulisan yang terkait dengan berbagai konteks, dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI) “Literasi merupakan kemampuan membaca, menulis, dan kemampuan individu dalam mengolah Informasi”.

Digital dalam KBBI berhubungan dengan angka-angka dalam sistem penomoran tertentu. Literasi biasanya digabungkan dengan suku kata lain untuk menunjukkan kemampuan dalam bidang tertentu. Arti kata literasi digital adalah kemampuan dalam membaca, menulis, mengolah informasi dalam sistem penomoran tertentu. Sebagai manusia khususnya umat muslim kita diperintahkan untuk dapat berliterasi sebagaimana tercantum dalam Al-Quran surat Al-Alaq ayat 1-5 yang artinya:

- 1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan;
- 2) Dia telah menciptakan manusia dari Segumpal darah;
- 3) Bacalah dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah;
- 4) Yang mengajarkan (manusia) dengan perantara kalam;
- 5) Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.

Kandungan dalam surat ini mensubstansikan bahwa manusia diperintahkan Allah untuk belajar dimulai dari kata Iqro yang artinya bacalah. Menurut Paul Gilster dikutip Dyna Herlina S (2017 hlm. 11) “literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan Informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir, dan kehidupan sehari-hari”.

Menurut Bawden dalam kemendikbud (2017, hlm. 7) “Literasi digital berasal dari bagian literasi komputer dan literasi informasi Sehingga berkaitan dengan kemampuan mengakses, memahami dan memperluas Informasi”. Ada pula menurut Haque (dalam Feri Sulianta 2020, hlm. 6) literasi digital ialah keahlian mengkaryakan dan berbagi (Sharing) dalam peluang yang sering muncul dan berbeda, menggabungkan, mengkomunikasikan apa yang dimengerti mengenai kapan dan bagaimana mengakses piranti teknologi informasi

guna pencapaian suatu tujuan. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan literasi digital didefinisikan keterampilan membaca, menulis, memuat/mengakses/menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi.

Kompetensi literasi digital berguna untuk menghadapi informasi dari berbagai sumber digital yang terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi sebagai dampak dari fenomena konvergensi media. Preston (dalam Sugihartati, 2014), menjelaskan konvergensi media sebagai proses penggabungan berbagai media massa dan teknologi informasi ke dalam satu perangkat teknologi yang makin memudahkan pemilikinya untuk mengakses berbagai informasi dan tayangan. Jadi konvergensi lebih diartikan sebagai integrasi dari fungsi berbagai media ke dalam satu media baru yang lebih canggih. Media baru yang dimaksud dikhususkan pada media digital berbasis internet atau world wide web (www). Kemunculan internet inilah yang akhirnya memicu terjadinya ledakan informasi. Hal ini berhubungan dengan karakteristik internet yang mampu menghubungkan informasi dari berbagai belahan bumi sehingga persebaran informasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Selain itu, melalui internet seseorang dapat dengan mudah melakukan pencarian informasi dengan memanfaatkan media digital yang dimilikinya tanpa ada batasan jarak dan waktu.

### **2.1.2 Tujuan Literasi Digital**

Menurut Bawden (2001, hlm. 228) Literasi diharapkan bisa mendukung pencapaian dalam proses pembelajaran secara optimal. Berikut tujuan dari Literasi digital :

- 1) Membentuk peserta didik menjadi pembaca, penulis dan komunikator.
- 2) Dapat meningkatkan kemampuan dan kebiasaan berpikir pada peserta didik.

- 3) Meningkatkan dan memperdalam memotivasi dan minat belajar peserta didik
- 4) Mengembangkan kemandirian belajar peserta didik agar kreatif, produktif, inovatif dan berkarakter.

Menurut Aufderheide (dalam Feri Sulianta 2020, hlm. 5) Terdapat 2 pandangan yang sama kuatnya di pandangan pakar atau praktisi pendidikan media dan para pegiat literasi digital bersangkutan dengan tujuan literasi digital, di antaranya:

- 1) Kelompok proteksionis mengatakan bahwa Pendidikan media atau literasi digital diperuntukan untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen media dari dampak negatif yang ada
- 2) Kelompok Preparasionis mengatakan bahwa literasi digital merupakan upaya untuk mempersiapkan masyarakat hidup di dunia yang lebih luas dan mampu mengkonsumsinya dengan kritis.

Dari kedua pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi digital adalah dimana masyarakat dapat memproses berbagai informasi dengan kritis, dapat memahami pesan yang disampaikan, dan dapat berkomunikasi dengan efektif sebagai pengkonsumsi media. Kompetensi Literasi Digital Menurut Paul Glister dalam Nasionalita (2020, hlm. 18) terdapat 4 kompetensi yang dimiliki oleh seseorang yang telah mampu melakukan literasi digital diantaranya:

### 1) Pencarian di Internet (Internet Searching)

Kemampuan menggunakan internet memiliki beberapa komponen seperti pencarian dalam internet melalui Search engine serta melakukan berbagai kegiatan didalamnya. Gilster (1997:49), menjelaskan kompetensi sebagai suatu kemampuan seseorang untuk menggunakan internet dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yakni kemampuan untuk melakukan pencarian informasi di internet dengan menggunakan search engine, serta melakukan berbagai aktivitas di dalamnya.

### 2) Pandu Arah Hypertext (Hypertextual Navigation)

Pengguna internet dituntut untuk memahami panduan arah hypertext/hyperlink dalam Web Browser. Biasanya cara kerja web yang akan di akses meliputi http, html, url dsb. Gilster (1997: 125-127), menjelaskan kompetensi ini sebagai suatu keterampilan untuk membaca serta pemahaman secara dinamis terhadap lingkungan hypertext. Jadi seseorang dituntut untuk memahami navigasi (pandu arah) suatu hypertext dalam web browser yang tentunya sangat berbeda dengan teks yang dijumpai dalam buku teks. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain: Pengetahuan tentang hypertext dan hyperlink beserta cara kerjanya, Pengetahuan tentang perbedaan antara membaca buku teks dengan melakukan browsing via internet. Pengetahuan tentang cara kerja web meliputi pengetahuan tentang bandwidth, http, html, dan url, serta Kemampuan memahami karakteristik halaman web.

### 3) Evaluasi konten Informasi (Content Evaluation)

Kompetensi ini dilakukan untuk para pengguna internet agar memiliki kemampuan evaluasi dan berpikir kritis. Kemampuan menganalisis suatu dasar informasi yang

ditemukan dikumpulkan dan evaluasi fakta opini dengan baik tanpa berprasangka. Gilster (1997: 87-89) menjelaskan kompetensi ini sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir kritis dan memberikan penilaian terhadap apa yang ditemukan secara online disertai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi keabsahan dan kelengkapan informasi yang direferensikan oleh link hypertext. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain: Kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi yakni persepsi pengguna dalam memahami tampilan suatu halaman web yang dikunjungi, Kemampuan menganalisa latar belakang informasi yang ada di internet yakni kesadaran untuk menelusuri lebih jauh mengenai sumber dan pembuat informasi, Kemampuan mengevaluasi suatu alamat web dengan cara memahami macam-macam domain untuk setiap lembaga ataupun negara tertentu, Kemampuan menganalisa suatu halaman web, serta Pengetahuan tentang FAQ dalam suatu newsgroup/grup diskusi.

#### 4) Penyusunan Pengetahuan (Knowledge Assembly)

Kemampuan penyusunan dari penemuan suatu informasi yang dijadikan sebagai ilmu pengetahuan untuk kepentingan tertentu baik pengetahuan ataupun pekerjaan. Gilster (1997: 195-197) menjelaskan kompetensi ini sebagai suatu kemampuan untuk menyusun pengetahuan, membangun suatu kumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan kemampuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi fakta dan opini dengan baik serta tanpa prasangka. Hal ini dilakukan untuk kepentingan tertentu baik pendidikan maupun pekerjaan. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yaitu: Kemampuan untuk melakukan pencarian informasi melalui internet, Kemampuan untuk membuat suatu personal newsfeed atau pemberitahuan berita terbaru yang akan didapatkan dengan cara bergabung dan berlangganan berita dalam suatu newsgroup,



mailing list maupun grup diskusi lainnya yang mendiskusikan atau membahas suatu topik tertentu sesuai dengan kebutuhan atau topik permasalahan tertentu, Kemampuan untuk melakukan crosscheck atau memeriksa ulang terhadap informasi yang diperoleh, Kemampuan untuk menggunakan semua jenis media untuk membuktikan kebenaran informasi, serta Kemampuan untuk menyusun sumber informasi yang diperoleh di internet dengan kehidupan nyata yang tidak terhubung dengan jaringan.

### **2.1.3 Elemen untuk Meningkatkan Literasi Digital**

Karena masih rendahnya kemampuan literasi digital, maka menurut Daugles A.J Belshaw (dalam kemendikbud, 2017, hlm 7) terdapat 8 elemen esensial untuk mengembangkan Literasi digital diantaranya:

- 1) Kultural, yakni pemahaman ragam konteks pengguna dunia digital.
- 2) Kognitif, yakni daya pikir dalam menilai konten.
- 3) Konstruktif, yakni daya cipta sesuatu yang ahli dan aktual.
- 4) Komunikatif, yakni memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital.
- 5) Kepercayaan diri yang bertanggung jawab.
- 6) Kreatif, yakni menciptakan ide, melakukan hal baru.
- 7) Kritis dalam menyikapi berbagai isu
- 8) Bertanggung jawab secara sosial.

Menurut Mustofa dan B. Heni Budiwati (2019, hlm. 119) mengatakan untuk meningkatkan literasi digital maka terdapat program akselerasi literasi dengan beberapa tahap diantaranya:

- 1) Literasi bukan hanya membaca buku namun lebih luas dari itu yaitu membaca melalui digital. Literasi tidak sebatas baca tulis tetapi keahlian bagaimana berasumsi menggunakan buku jenis lain Ebook misalkan. Pemahaman yang luas perlu diberikan kepada masyarakat.
- 2) Melakukan pengaksesan internet di berbagai daerah. Saat ini kita berada di era serba maya atau tak bertemu secara langsung, globalisasi, era digital, namun tidak jarang daerah yang masih susah mengakses melalui piranti dan internet dengan mempersiapkan kesetiap penjuru maka literasi akan dapat dilakukan secara mudah.
- 3) Penerapan rancangan literasi di seluruh institusi pendidikan. Kemendikbud (2017:2) menyimpulkan gerakan literasi secara komprehensif. Yaitu literasi mendasar, literasi pustaka , literasi media, literasi teknologi dan literasi visual. Sejauh ini, yang bisamenelusur tentang pengetahuan literasi sebatas murid, mahasiswa, petugas perpustakaan, guru, dosen dan lainnya. Maka aktivitas literasi yang dicanangkan Kemendikbud seharusnya dimotivasi. Berawal dari aktivitas literasi di lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan aktivitas literasi berskala nasional.
- 4) Menumbuhkan cinta dan rasa memiliki terhadap fakta kebenaran dan ilmu pengetahuan.
- 5) Masyarakat wajib memperbaharui tata kehidupan yang dimulai dari pembiasaan tutur kata menjadi kebiasaan membaca. Banyak dari masyarakat tidak memiliki budaya baca disebabkan alasan sibuk mencari harta, tidak gemar membaca, dan belum menemukan bahan untuk dibaca. Bahkan, mereka belum mengetahui bahan bacaan yang bermutu itu yang seperti apa.

## 2.2 Konsep Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut (Tambunan, 2009).

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar (Partomo dan Abd. Rachman, 2004) antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria (Tambunan, 2009) sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **2.3 Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Saat ini, pemasaran produk dan pelayanan perusahaan merupakan proses yang interaktif akibat penggunaan teknologi informasi. Perusahaan tidak hanya menyediakan katalog produk

dan promosi di situs-nya, namun situs perusahaan sudah digunakan sebagai sarana untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara online, menampilkan buletin boards, membuat kuesioner elektronik, mailing list, dan koordinasi melalui surat elektronik (Rustono, 2013). Banyak organisasi bisnis, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM), telah mulai mengadopsi digitalisasi proses bisnis sebagai alat untuk mendapatkan efisiensi pasar dan operasional (BarNir, Gallagher & Auger, 2003; Bharadwaj & Soni, 2007; Johnston, Wade & McClean, 2007).

Pelaku bisnis di Indonesia semakin menyadari kekuatan internet dan perangkat digital dalam peningkatan kinerja usahanya (Deloitte, 2015). Digitalisasi proses bisnis didefinisikan sebagai sistem informasi perusahaan-lebar berdasarkan pada dasar teknologi Internet. Sampai saat ini, mayoritas penelitian tentang digitalisasi UKM telah berfokus pada anteseden UKM yang terlibat dalam satu atau beberapa jenis praktik atau proses e-bisnis tertentu (Wymer & Regan, 2005). Penelitian lain juga telah melihat peran digitalisasi dalam mempengaruhi pasar dan kinerja operasional UKM (Johnston et al., 2007; Merono-Cerdan & Soto-Acosta, 2006; Rajendran & Vivekanandan, 2008; Zhu, Kraemer, Xu & Dedrick, 2004).

Oleh karena itu, pengembangan UMKM dalam konteks ini harus diletakkan sebagai usaha peningkatan produktivitas sektor publik. Holzer & Callahan (1998 dalam Ismi 2015: 4) mengemukakan bahwa integrasi manajemen yang berkualitas, pengembangan sumber daya manusia, adaptasi teknologi, kemitraan strategis dan ukuran kinerja organisasi, akan menghasilkan peningkatan produktivitas sektor publik apabila disinergikan dengan modal, tenaga kerja dan energi.

Mengingat saat ini dunia, termasuk Indonesia, masuk dalam era informasi berbasis teknologi. Maka titik tekan peningkatan kualitas atau pengembangan UMKM diletakkan pada

adaptasi teknologi. Holzer & Callahan menyatakan bahwa adaptasi teknologi dilakukan dengan 5 cara yakni: (1) adanya keterbukaan akses terhadap data; (2) manajemen organisasi berbasis teknologi digital; (3) membuka informasi publik lewat media-media baru; (4) penerapan aplikasi hemat biaya; dan (5) teknik crosscutting. Dengan kata lain rekomendasi Holzer & Callahan menitikberatkan pada digitalisasi organisasi, dalam konteks ini adalah UMKM.

Digitalisasi organisasi 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. Adam dan Hamm (2001) mengatakan bahwa literasi merupakan kemampuan untuk membaca, menulis, berbicara, mendengar, berpikir dan melihat. Kress (2003) juga mengatakan bahwa literasi digunakan ketika membuat pesan-pesan dengan huruf-huruf dengan tujuan merekam pesan tersebut.

Dalam kaitannya dengan literasi digital menurut Potter (2005:22) adalah ketertarikan, sikap, dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat. Dalam konsepsi Potter usaha untuk meliterasi masyarakat berbasis digital berarti tidak sekadar mengenalkan media digital, tetapi juga menyinergikan dengan kegiatan sehari-hari (termasuk organisasi) yang berujung pada peningkatan produktivitas. Istilah literasi digital sendiri mulai populer sekitar tahun 2005 (Davis & Shaw, 2011). Literasi digital bermakna kemampuan untuk berhubungan dengan informasi hipertekstual dalam arti bacaan tak berurut berbantuan komputer. Istilah literasi digital pernah

digunakan pada tahun 1980-an (Davis & Shaw, 2011), ketika teknologi komputasi mulai digunakan untuk menunjang kehidupan sehari-hari.

Kemudian konsep literasi digital diperluas sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital untuk kepentingan pengembangan diri dan organisasi. Dengan kata lain kemampuan untuk membaca, menulis, dan berhubungan dengan informasi akan menentukan bagaimana seorang individu dan organisasi berkembang. Kemampuan individu untuk bisa mengakses informasi di era digital merupakan hal penting, termasuk bagi perempuan.

Hasil penelitian Kervin (2016) menunjukkan bahwa penggunaan media digital potensial untuk memperkaya dan menawarkan kesempatan untuk belajar dan melakukan literasi dengan mudah. Sebab menggunakan media digital memungkinkan sasaran untuk menggunakan, aktif, membangun kedekatan dan mendorong kemampuan untuk belajar (Kervin, 2016). Jika UMKM sudah dikembangkan dengan pendekatan literasi digital, maka konsep selanjutnya yang harus dipaparkan adalah pengembangan komunitas.

Budaya media (media culture), seperti yang dituturkan oleh Kellner menunjuk pada suatu keadaan yang tampilan audio visual atau tontonan-tontonannya yang telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial, bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang (Fakih 1996: 164).

Media cetak, radio, televisi, film, internet, dan bentuk-bentuk akhir teknologi media lainnya telah menyediakan defenisi-defenisi untuk menjadi laki-laki atau perempuan, dan membedakan statusstatus seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks (Hartiningih, 2003). Dalam konteks ini, literasi digital yang dilakukan berbasis pada berperspektif gender. Harapannya akan terjadi

sinergi konsep antara adaptasi teknologi, literasi digital, pengembangan UMKM, dan perspektif gender. Teori difusi inovasi menjadi relevan digunakan sebagai salah satu telaaah pustaka untuk memperkaya pembahasan realitas ini. Teori difusi dan inovasi dikembangkan oleh Everett Rogers. Difusi adalah proses inovasi yang dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu kepada anggota sistem sosial.

Komunikasi adalah sebuah proses dimana peserta menciptakan dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai pemahaman bersama. Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau obyek yang dipahami sebagai sesuatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya (Rogers, 2003). Dalam teori ini dijelaskan bahwa proses inovasi terdiri dari serangkaian tindakan yang meliputi (1) Pengetahuan yakni kesadaran individu akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi; (2) Persuasi terkait dengan individu memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui adanya inovasi; (3) Keputusan, dalam hal ini bahwa individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi adanya inovasi; (4) Pelaksanaan yakni individu melaksanakan keputusannya sesuai dengan pilihannya; dan (5) Konfirmasi yakni individu akan mencari pendapat yang akan menguatkan keputusan yang telah diambilnya, namun individu tersebut dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan-pesan mengenai inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan lainnya (Wardhani, 2012).

Teori difusi inovasi secara umum digunakan untuk menjelaskan alasan mengapa adopsi terjadi dan bagaimana orang percaya bahwa ini belum tentu lebih baik (Dearing, 2004). Menurut pandangan Dearing (2004) bahwa studi mengenai difusi inovasi ini digunakan untuk meningkatkan difusi yang dapat membantu untuk menyelesaikan persoalan praktis. Empat



elemen utama dalam teori difusi inovasi meliputi karakteristik dari inovasi, saluran komunikasi, sistem sosial, dan periode waktu (Rogers, 2003).

## **BAB 3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Djarm'an Satori (2011: 23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya. Selain itu, Sugiono (2012: 9) juga mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi untuk dapat memperoleh informasi, untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan, serta tujuan yang hendak dicapai.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

- a. Wawancara
- b. Observasi
- c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dilakukan langkah-langkah nyata untuk terjun secara langsung dengan melakukan hal berikut:

- a) Mengadakan pengamatan dan wawancara terstruktur;
- b) Mencari makna di setiap perilaku atau tindakan obyek penelitian, sehingga ditemukan pemahaman orisinal terhadap masalah dan situasi yang bersifat kontekstual. Metode ini berupaya memahami perilaku manusia dalam konteks yang lebih luas dan holistik dipandang dalam kerangka pemikiran dan perasaan responden.
- c) Triangulasi, data atau informasi dari satu pihak diperiksa kebenarannya dengan cara memperoleh informasi dari sumber lain. Misalnya dari pihak kedua, pihak ketiga, dan seterusnya dengan menggunakan metode yang berbeda. Tujuannya adalah membandingkan informasi tentang hal yang sama yang diperoleh dari berbagai pihak agar ada jaminan tingkat kepercayaannya.

### **3.3 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir penelitian, di antaranya sebagai berikut:

- a. Reduksi data, yaitu membuat abstraksi seluruh data yang diperoleh dari seluruh catatan lapangan hasil observasi wawancara dan pengkajian dokumen. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis data yang menajamkan, mengaharapkan hal-hal penting, menggolongkan mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar sistematis serta dapat membuat satu simpulan yang bermakna. Jadi, data yang diperoleh melalui observasi,

- b. Wawancara dan pengkajian dokumen dikumpulkan, diseleksi, dan dikelompokkan kemudian disimpulkan dengan tidak menghilangkan nilai data itu sendiri.
- c. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan. Proses penyajian data ini mengungkapkan secara keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah dibaca dan dipahami, yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.
- d. Kesimpulan dan verifikasi  
Data yang sudah diatur sedemikian rupa (dipolakan, difokuskan, disusun secara sistematis) kemudian disimpulkan sehingga makna data dapat ditemukan.

## **BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini akan dijelaskan terkait dengan gambaran umum Kabupaten Jember serta hasil penelitian yang menjelaskan tentang bagaimana literasi digital pelaku UMKM di Kabupaten Jember. Untuk penjelasan lebih rinci sebagai berikut.

### **4.1 Gambaran Umum Kabupaten Jember**

Gambaran umum dari Kabupaten Jember dapat dilihat dari beberapa elemen, di antaranya kondisi geografis, kondisi demografi, perekonomian, sosial budaya, agama, dan Pendidikan. Berikut penjelasan lebih rinci kondisi tersebut.

#### **4.1.1 Kondisi Geografis**

Kabupaten Jember secara astronomis terletak pada posisi 6°27'29" s/d 7°14'35" Bujur Timur dan 7°59'6" s/d 8°33'56" Lintang Selatan dengan luas wilayah seluas 3.293,34 Km<sup>2</sup>. dan memiliki ± 76 pulau-pulau kecil dengan pulau terbesar adalah Pulau Nusa Barong. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Jember memiliki batas:

- Sebelah Utara : Kabupaten Bondowoso, dan Kabupaten Probolinggo
- Sebelah Selatan : Samudera Indonesia
- Sebelah Timur : Kabupaten Banyuwangi
- Sebelah Barat : Kabupaten Lumajang

Secara administratif wilayah Kabupaten Jember terbagi menjadi 31 kecamatan terdiri atas 28 kecamatan dengan 225 desa dan 3 kecamatan dengan 22 kelurahan. Kecamatan terluas adalah Tempurejo dengan luas 524,46 Km<sup>2</sup> atau 15,9% dari total luas wilayah Kabupaten Jember.

Kecamatan yang terkecil adalah Kaliwates, seluas 24,94 Km<sup>2</sup> atau 0,76%. Jumlah luas wilayah Kabupaten Jember adalah 3.092,34 Km<sup>2</sup>. Penggunaan lahan di Kabupaten Jember didominasi oleh fungsi kegiatan budidaya, dimana lahan yang dibudidayakan untuk pertanian adalah seluas 46,41 % dari luas wilayah, sedangkan sisanya digunakan untuk permukiman seluas 9,93 %, hutan seluas 21,17 % dan lain-lain seluas 22,49 %. Jember dikenal dengan sebutan “daerah 1.000 gumuk atau bukit” karena memiliki setidaknya 1.666 bukit yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Jember. Namun saat ini bukit-bukit tersebut terancam musnah, karena penamabangan pasir di bukit yang berlebihan.

#### **4.1.2 Kondisi Demografi**

SP2020 mencatat penduduk Kabupaten Jember pada bulan September 2020 sebanyak 2.536.729 jiwa, dengan persentase penduduk perempuan sebesar 50,13% dan penduduk laki-laki sebesar 49,87%. Dalam jangka waktu sepuluh tahun terakhir yaitu periode 2010-2020, jumlah penduduk Kabupaten Jember pada tahun 2020 mengalami penambahan sekitar 204.003 jiwa atau naik sebesar 8,75 persen dari jumlah penduduk tahun 2010 yang hanya sebanyak 2.332.726 jiwa. Dengan luas wilayah 3.293,34 km<sup>2</sup> persegi, kepadatan penduduk Kabupaten Jember berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 sebanyak 770 jiwa per km<sup>2</sup>.

Distribusi penduduk Kabupaten Jember dapat dikatakan tersebar secara merata untuk masing-masing kecamatan. Kecamatan dengan jumlah penduduk paling banyak adalah Kecamatan Sumbersari sebesar 5,41 %, sedangkan Kecamatan Jelbuk merupakan kecamatan dengan jumlah penduduk paling sedikit yaitu sebesar 1,37 %.

Mayoritas penduduk Kabupaten Jember terdiri atas suku Jawa dan suku Madura, dan sebagian besar beragama Islam. Selain itu, terdapat warga Tionghoa dan Suku Osing. Rata rata

penduduk Jember adalah masyarakat pendatang. Suku Madura dominan di daerah utara dan Suku Jawa di daerah selatan dan pesisir pantai. Bahasa Jawa dan Madura digunakan di banyak tempat, sehingga umum bagi masyarakat di Jember menguasai dua bahasa daerah tersebut dan juga saling pengaruh tersebut memunculkan beberapa ungkapan khas Jember. Percampuran kedua kebudayaan Jawa dan Madura di Kabupaten Jember melahirkan satu kebudayaan baru yang bernama budaya Pendalungan. Masyarakat Pendalungan di Jember mempunyai karakteristik yang unik sebagai hasil dari penetrasi kedua budaya tersebut. Kesenian Can Macanan Kaduk merupakan satu hasil budaya masyarakat Pendalungan yang masih bertahan sampai sekarang di Kabupaten Jember.

Jember juga dikenal juga dengan sebutan daerah 1.000 gumuk atau bukit karena memiliki setidaknya 1.666 bukit yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Jember. Namun saat ini bukit-bukit tersebut terancam musnah, karena penambang pasir di bukit yang berlebihan.

#### **4.1.3 Perekonomian**

Dengan sebagian besar penduduk masih bekerja sebagai petani, perekonomian Jember masih banyak ditunjang dari sektor pertanian. Jember terkenal sebagai salah satu daerah penghasil tembakau utama di Indonesia. Tembakau Jember adalah tembakau yang digunakan sebagai lapisan luar/kulit cerutu. Di pasaran dunia tembakau Jember sangat dikenal di Jerman dan Belanda. Di Jember terdapat banyak area perkebunan, sebagian besar peninggalan Belanda. Perkebunan yang ada dikelola oleh Perusahaan nasional PTP Nusantara, Tarutama Nusantara (TTN), dan Perusahaan daerah yaitu PDP (Perusahaan Daerah Perkebunan). Kabupaten Jember sebagai salah satu lumbung beras nya Provinsi Jawa Timur, mencerminkan bahwa sektor pertanian merupakan sector yang memiliki peranan yang cukup besar (leading sector) atau

sekitar 41,73% dari total nilai tambah yang tercipta di tahun 2015 dalam perekonomian Kabupaten Jember sehingga dapat dikatakan struktur ekonomi di Jember merupakan tipe agraris. Karena perekonomian Jember pada umumnya berbasis pada pertanian, maka pemeliharaan dan pengelolaan sumber daya alam menjadi hal yang mutlak dan penting sehingga diharapkan pembangunan ekonomi yang dilaksanakan berorientasi pada pembangunan yang berwawasan lingkungan. Sektor perdagangan, hotel dan restoran sektor yang memiliki pangsa terbesar kedua dalam struktur perekonomian setelah sektor pertanian. Masih memberikan sumbangan terhadap pembentukan PDRB Kabupaten, terutama pada sub sektor perdagangan. Hal ini ditandai dengan maraknya mini market/supermarket baru seperti indomaret dan alfamart di berbagai pelosok kecamatan dan pusat perbelanjaan seperti golden market, carefour, matahari departement store dan roxy masih menunjukkan eksistensinya.

Di wilayah kecamatan kota pendirian mini market/super market tampak berjamur dengan radius lokasi tidak lebih dari satu kilometer. Nampak bahwa usaha perdagangan saat ini merupakan usaha yang paling menguntungkan bagi pelaku usaha, karena dengan resiko minimal sektor ini mampu memberi keuntungan yang lebih besar dibanding sektor lainnya. Selain itu, untuk berusaha di bidang perdagangan tidak memerlukan keahlian tertentu sebagaimana dibutuhkan pelaku usaha sektor lainnya.

Dengan sebagian besar penduduk masih bekerja sebagai petani, perekonomian Jember masih banyak ditunjang dari sektor pertanian. Di Jember terdapat banyak area perkebunan, sebagian besar peninggalan Belanda. Perkebunan yang ada dikelola oleh Perusahaan nasional PTP Nusantara, Tarutama Nusantara (TTN), dan Perusahaan daerah yaitu PDP (Perusahaan Daerah Perkebunan). Jember terkenal sebagai salah satu daerah penghasil tembakau utama di



Indonesia. Tembakau Jember adalah tembakau yang digunakan sebagai lapisan luar/kulit cerutu. Di pasaran dunia tembakau Jember sangat dikenal di Jerman dan Belanda.

Kabupaten Jember dikenal juga dengan sebutan Kota Tembakau karena hasil komoditi utama dan penghasil Tembakau terbesar. Selain itu, Kab. Jember juga dikenal dengan nama kota suwar suwir adalah makanan khas kota Jember. Makanan ini terbuat dari tape yang diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan makanan seperti dodol namun lebih keras

#### **4.1.4 Sosial Budaya**

Mayoritas penduduk Kabupaten Jember terdiri atas suku Jawa dan suku Madura, dan sebagian besar beragama Islam. Selain itu, terdapat warga Tionghoa dan suku Osing. Rata rata penduduk Jember adalah masyarakat pendatang. Suku Madura dominan di daerah utara dan Suku Jawa di daerah selatan dan pesisir pantai. Bahasa Jawa dan Madura digunakan di banyak tempat, sehingga umum bagi masyarakat di Jember menguasai dua bahasa daerah tersebut dan juga saling pengaruh memunculkan beberapa ungkapan khas Jember.

Kabupaten Jember merupakan daerah yang tidak memiliki akar budaya daerah asli karena penduduk Kabupaten Jember adalah pendatang yang mayoritas berasal dari suku Jawa dan Madura. Kebudayaan yang berkembang di Kabupaten Jember merupakan perpaduan budaya Jawa dan Madura. Percampuran kedua kebudayaan Jawa dan Madura di Kabupaten Jember melahirkan satu kebudayaan baru yang bernama budaya Pendalungan. Masyarakat Pendalungan di Jember mempunyai karakteristik yang unik sebagai hasil dari penetrasi kedua budaya tersebut. Kesenian Can Macanan Kaduk merupakan satu hasil budaya masyarakat Pendalungan yang masih bertahan sampai sekarang di Kabupaten Jember.

Jember juga mendapat julukan kota Carnival berkat Jember Fashion Carnival yang sudah mendunia dan banyak ditiru oleh wilayah lain. Banyaknya budaya di kabupaten Jember seperti, Budaya Fashion tapal Carnival kuda, kampung batik, permainan tradisional, olahraga tradisional, ditambah dengan potensi wilayah lainnya, sesungguhnya menjadi magnet bagi pengembangan industri pariwisata budaya regional, tetapi kebudayaan yang dulu belum bisa membawa magnet, dengan adanya Jember Fashion Carnival sekarang ini bisa menjadi magnet khususnya wisatawan. Secara sederhana, pariwisata budaya adalah pengembangan pariwisata yang bertumpu pada kebudayaan.

Sebagai sebuah fenomena yang multidimensi, pariwisata budaya juga sangat terkait erat dengan aspek ekonomi. Kaitan ini muncul dikarenakan tujuan pengembangan wisata sesungguhnya lebih didorong oleh motif ekonomi guna mencapai tujuan-tujuan ekonomi. Untuk mencapai tingkat ekonomisnya, stakeholders harus mampu mengintegrasikan segala aspek yang berhubungan dengan pariwisata, seperti: promosi, atraksi, manajemen, makanan, dan cinderamata. Pengintegrasian pengembangan pariwisata dengan sektor lain adalah keniscayaan sebagai salah satu cara untuk menjaga proses yang berkesinambungan.

Jember Fashion Carnival (Indonesia: Karnaval Busana Jember) atau sering disebut JFC adalah sebuah even karnaval busana yang setiap tahun digelar di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Dengan kemajuan pesat yang dilakukakan oleh Jember Fashion Carnival, pemerintah menjadikan jfc sebagai industri pariwisata yang ada di Kabupaten Jember. Karnaval ini digagas oleh Dynand Fariz yang juga pendiri JFC Center. Sebanyak 2000 an peserta berkarnaval dalam 4 hari penyelenggaraan event meliputi Kids Carnival, Artwear Carnival, Waci, dan Grand Carnival. Di jalan utama kota Jember disaksikan oleh ratusan ribu penonton di kanan dan kiri jalan.

Mereka terbagi dalam 10 defile yang masing-masing defile mencerminkan tren busana pada tahun yang bersangkutan. Dalam perjalanannya kemudian, JFC itu lebih menjadi Indonesia dari pada menjadi Jember. Hal ini karena tujuan JFC bukan hanya untuk mengenalkan Jember pada Indonesia, namun juga mengenalkan Indonesia pada dunia. Pada perkembangannya, JFC menjadi lebih banyak tampil di kota-kota lain. Ini dapat dilihat apresiasi terhadap karya JFC.

Selain itu, seiring waktu JFC akan menjadi memori kolektif bagi banyak generasi muda saat ini, baik yang menjadi peserta JFC maupun yang hanya menjadi penonton JFC. Hal inilah yang merupakan sumber yang khas dari JFC. Beberapa keunikan JFC antara lain:

- 1) kenyataan bahwa para peserta bukanlah designer dan bukan pula dancer, namun dengan in house training yang dilakukan oleh pengelola akhirnya dihasilkan peserta karnaval yang hampir setara profesional memeragakan hasil rancangannya sendiri sepanjang pertunjukan;
- 2) dengan rancangan fashion show ditonton oleh ratusan ribu orang;
- 3) dihasilkan dan ditampilkan di sebuah kota kecil Jember yang jauh dari pusat mode, seperti Jakarta, Bandung, dan Bali;
- 4) seluruh peserta mendesain kostum, aksesoris, dan tata rias mereka sendiri;
- 5) diliput oleh banyak media lokal, nasional maupun internasional dan menjadi buruan fotografer untuk mendapat banyak foto unik serta artistik;
- 6) kemampuannya membaca trend sekaligus menciptakan ekonomi kreatif bagi kemajuan Kota Jember.

Hal ini tidak dapat dipungkiri merupakan keberhasilan pengelola yang terus berusaha mengembangkan jaringan, selain itu dukungan kemampuan bahasa Inggris para pengelola dan para peserta, sehingga tidak hanya mampu mempresentasikan karya lewat bahasa Inggris, bahkan hampir seluruh narasi yang ada dalam karnaval ini juga disampaikan dalam bahasa Inggris. Hal ini menjadi salah satu yang menarik untuk sebuah karnaval di sebuah kota kecil Jember yang tidak seluruh penduduknya memahami bahasa Inggris.

Dari aspek ekonomi, membangun industri pariwisata pada daerah yang secara alamiah memiliki potensi sesungguhnya tidak membutuhkan biaya yang begitu besar dibanding industri lainnya. Semua unsur budaya sesungguhnya adalah komoditas yang bernilai. Visi, kreativitas, dan inovasi adalah kuncinya. Tinggal bagaimana menyediakan infrastruktur dan mengemasnya serta melibatkan sejumlah pihak untuk turut serta. Namun demikian, hal penting yang tak terelakkan untuk didiskusikan dalam membangun industri pariwisata adalah dampaknya. Dampak yang ditimbulkan oleh pariwisata terhadap kebudayaan tidak terlepas dari pola interaksi di antaranya yang cenderung bersifat dinamis. Kedinamisan tersebut berkembang karena kebudayaan memegang peranan penting bagi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, dan sebaliknya, pariwisata memberikan peranan dalam merevitalisasi kebudayaan.

Tidak bisa dipungkiri, industri pariwisata budaya jika dikelola secara serius akan menjadi alternatif upaya pengembangan ekonomi yang sekaligus menjadi sarana melestarikan budaya daerah. Kehadiran industri pariwisata budaya diharapkan selain dapat menjadi pengungkit dan pilar ekonomi daerah, juga dapat menghindarkan lingkungan dari industri lainnya yang bersifat destruktif secara ekologi yang dapat mengancam keselamatan masyarakat dan bangsa di masa depan.

#### **4.1.5 Agama**

Agama yang dianut mayoritas penduduk Kabupaten Jember adalah agama Islam, yang ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat keagamaan khususnya pesantren. Kehidupan beragama pada sebagian masyarakat baru mencapai tataran simbol-simbol keagamaan dan belum sepenuhnya bersifat substansial. Dengan demikian, keterlibatan peran tokoh agama dan tokoh masyarakat khususnya pesantren menjadi sangat penting dalam upaya mengatasi permasalahan dalam masyarakat. Berdasarkan data Kantor Departemen Agama Kabupaten Jember, Di Kabupaten Jember tercatat bahwa jumlah bangunan masjid 2.355 buah, bangunan mushola 10.285 buah, bangunan gereja Kristen Protestan 72 buah, bangunan gereja Kristen Katholik 14 buah, bangunan pura 12 buah dan bangunan vihara 2 buah.

Agama yang dianut mayoritas Islam, yang ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat keagamaan khususnya pesantren. Kehidupan beragama pada sebagian masyarakat baru mencapai tataran simbol-simbol keagamaan dan belum sepenuhnya bersifat substansial. Dengan demikian, keterlibatan peran tokoh agama dan tokoh masyarakat khususnya pesantren menjadi sangat penting dalam upaya mengatasi permasalahan dalam masyarakat.

#### **4.1.6 Pendidikan**

Pendidikan merupakan salah satu bidang yang sangat penting dalam proses pembangunan bangsa karena masa depan bangsa sangat ditentukan oleh keberhasilan pembangunan di bidang pendidikan, sehingga pendidikan merupakan tempat ketergantungan dari banyak harapan masa depan masyarakat, harapan bangsa dan negara. Salah satu tujuan pembangunan pemerintah Kabupaten Jember adalah meningkatkan kualitas pendidikan, keterampilan dan kesehatan untuk mengangkat harkat dan derajat masyarakat yang berbasis pada kekuatan dan budaya daerah.

Pembangunan pendidikan diarahkan pada 3 kebijakan pokok yaitu, pemerataan dan perluasan akses memperoleh pendidikan, peningkatan mutu, relevansi pendidikan dan daya saing dan penguatan tata kelola, akuntabilitas dan pencitraan publik.

Perluasan akses pendidikan merupakan pilar kebijakan yang diarahkan untuk memperluas daya tampung satuan pendidikan dengan tujuan akhir agar semua warga negara mempunyai kesempatan yang sama dalam mendapatkan layanan pendidikan yang bermutu. Selama kurun waktu tahun 2016-2021 telah dilaksanakan sejumlah kegiatan untuk mencapai indikator capaian kinerja perluasan dan pemerataan akses pendidikan. Pengambilan salah satu bentuk kebijakan oleh pemerintah tentang wajib belajar 12 tahun dan anggaran APBN dan APBD 20% yang dilarikan ke sektor pendidikan semakin banyak jumlah jumlah populasinya. Pertumbuhan lembaga pendidikan dengan perimbangan jumlah output siswa diharapkan akan terampung di lembaga pendidikan setempat untuk mensukseskan program tersebut. Grafik perkembangan jumlah lembaga tersebut diimbangi dengan penataan semua sistem. Di sektor pendidikan berdasarkan hasil pendataan sekolah.

Jember merupakan salah satu pusat pendidikan yang ada di Jawa Timur selain Surabaya dan Malang. Hal ini dikarenakan banyak orang dari daerah sekitar, seperti Banyuwangi ataupun Bondowoso yang lebih memilih meneruskan pendidikan di Kabupaten Jember, sehingga terdapat banyak perguruan tinggi, baik itu yang berstatus PTN maupun PTS.

Kabupaten Jember, ada sekitar 2.000 lebih sarana pendidikan kelas negeri dan swasta tahun 2016 di Kabupaten Jember yang terdiri dari 804 setingkat TK/RA, 1385 SD/MI, 430 SMP/MTs, 124 SMA/MA, 92 SMK dan 25 Perguruan Tinggi. Jember merupakan salah satu pusat pendidikan yang ada di Jawa Timur selain Surabaya dan Malang. Hal ini dikarenakan banyak orang dari daerah sekitar, seperti Banyuwangi ataupun Bondowoso yang lebih memilih

meneruskan pendidikan di Kabupaten Jember, sehingga terdapat banyak perguruan tinggi, baik itu yang berstatus PTN maupun PTS Sektor pendidikan di Kabupaten Jember pada umumnya lebih banyak pada tingkat pendidikan SD sederajat. Hal ini dilihat dari data yang ada di Kabupaten Jember mengenai Tingkat Pendidikan.

#### **4.2 Literasi Digital Pelaku UMKM di Kabupaten Jember**

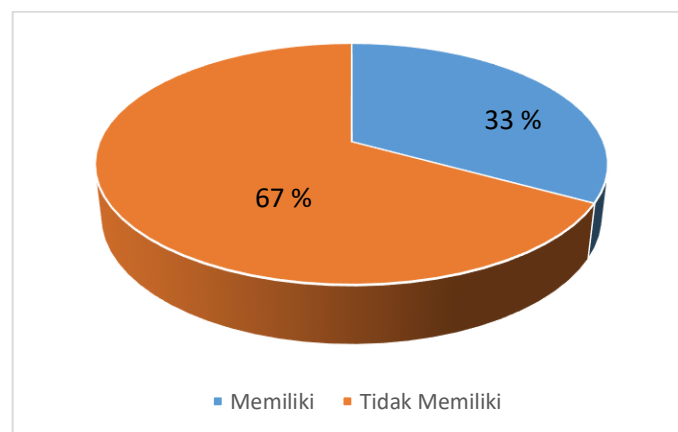
Kabupaten Jember merupakan daerah yang memiliki kekayaan produk lokal dengan potensi yang sangat bagus. Sebagian produk unggulan Jember dengan berbagai bidang banyak dihasilkan oleh UMKM. Produk lokal tersebut banyak yang menjadi produk unggulan dari Kab Jember. Adanya perkembangan teknologi informasi baru-baru ini membentuk peluang baru bagi UMKM dengan segala keterbatasannya untuk menembus pasar nasional maupun internasional dengan biaya promosi yang relatif terjangkau.

Hasil riset menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna internet, media sosial serta mobile user mendorong pergeseran perilaku belanja konsumen digital menuju online shopping. Adanya pergeseran perilaku masyarakat dalam penggunaan teknologi digital mendorong pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia semakin pesat. Dengan terbiasanya masyarakat melakukan belanja online, menjadikan trend penjualan melalui internet semakin naik. Pertumbuhan digital consumer di Indonesia menjadi suatu peluang

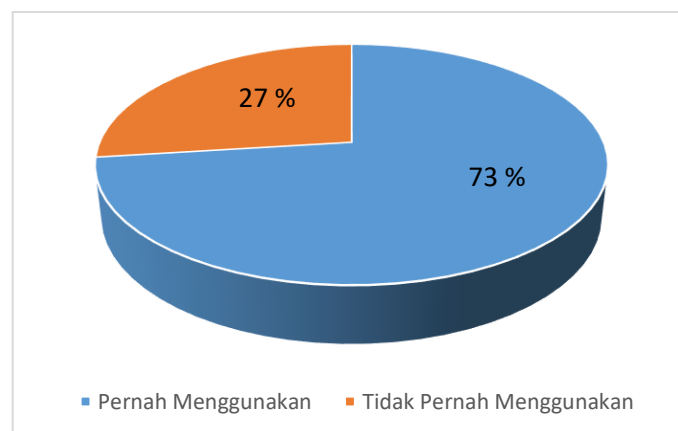
Hal ini didukung oleh hasil riset dari Partner (2016) di Indonesia ada 326 juta pengguna mobile phone dengan 88 juta pengguna internet serta ada lebih 79 juta pengguna sosial media akan semakin membuka peluang dan memudahkan UKM dalam melakukan promosi dan mengembangkan usaha melalui media digital.

### A. Kepemilikan fasilitas digital, kemampuan dalam mengakses dan kemampuan memanfaatkan media digital pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil riset, terdapat temuan berkaitan dengan kepemilikan fasilitas digital dalam hal ini utamanya komputer, kemampuan dalam mengaksesnya dan kemampuan memanfaatkan media digital pada 15 UMKM dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

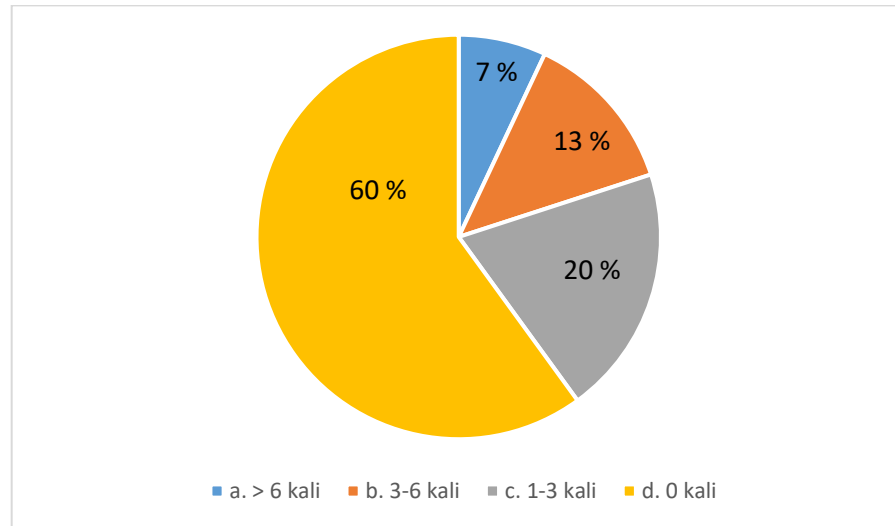


Gambar 1. Kepemilikan Fasilitas Komputer



Gambar 2. Penggunaan Komputer





Gambar 3. Penggunaan Komputer dalam Seminggu Terakhir

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa sebanyak 67 % pelaku UMKM di Jember tidak memiliki fasilitas media digital berupa komputer, namun pada gambar 2 menunjukkan sebanyak 73% pelaku UMKM memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak memiliki fasilitas komputer beberapa pelaku UMKM masih memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer, artinya sebagian dari pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam kepemilikan fasilitas digital masih berusaha untuk tetap belajar dalam penggunaan media digital. Berdasarkan hasil wawancara mereka mengakui bahwa sering meminjam komputer kepada saudara dan teman untuk belajar utamanya berkaitan dengan cara desain produk dan marketing. Hal ini mereka lakukan jika mereka kesulitan jika hanya menggunakan handphone.

Gambar 3 menunjukkan frekuensi pelaku UMKM dalam menggunakan komputer dalam seminggu terakhir, yaitu sebanyak 7% lebih dari 6 kali, 13% 3-6 kali, 20% 1-3 kali dan 60% sama sekali tidak menggunakan komputer. 7% pelaku UMKM yang sering menggunakan komputer dalam seminggu terakhir menjelaskan bahwa mereka memang memiliki media promosi (digital marketing) pada beberapa marketplace, media sosial dan juga memiliki web. Sehingga, setiap hari harus

menggunakan komputer untuk melayani konsumen sebagai kegiatan rutin, hal ini dirasa lebih memudahkan mereka dalam menjalankan pemasaran online serta belajar aplikasi-aplikasi yang dapat mendukung peningkatan kualitas produk jika dibandingkan dengan menggunakan handphone.

Berdasarkan hasil temuan dalam riset ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan media digital untuk tujuan pengembangan usaha maupun untuk peningkatan literasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Jember masih dalam kategori rendah. Hal ini sejalan dengan penjelasan dari Wignaraja (dalam Sari, 2015) yang menunjukkan bahwa partisipasi UMKM Indonesia dalam jaringan produksi global masih rendah. Dengan menggunakan data World Bank Enterprise Survey yang mencakup 5.900 perusahaan pada lima negara ASEAN, yaitu Malaysia, Thailand, Filipina, Indonesia, dan Vietnam, dapat disimpulkan bahwa jumlah UMKM Indonesia yang terlibat dalam produksi global hanya 6,3 persen. Angka tersebut jauh berada di bawah UMKM Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina yang secara berturut-turut jumlah UMKM yang terlibat dalam jaringan produksi global adalah 46,2; 29,6; 21,4; dan 20,1 persen. Berdasarkan temuan tersebut menunjukkan bahwa tidak hanya di Kabupaten Jember, secara keseluruhan hasil temuan di Kab. Jember juga terjadi di hampir semua daerah di Indonesia.

Jika pelaku UMKM dapat melakukan adopsi teknologi digital maka akan dapat mendukung perkembangan usaha UMKM. Hal ini diakui oleh informan yang secara fokus melakukan adopsi teknologi digital serta memanfaatkannya untuk pengembangan usaha.

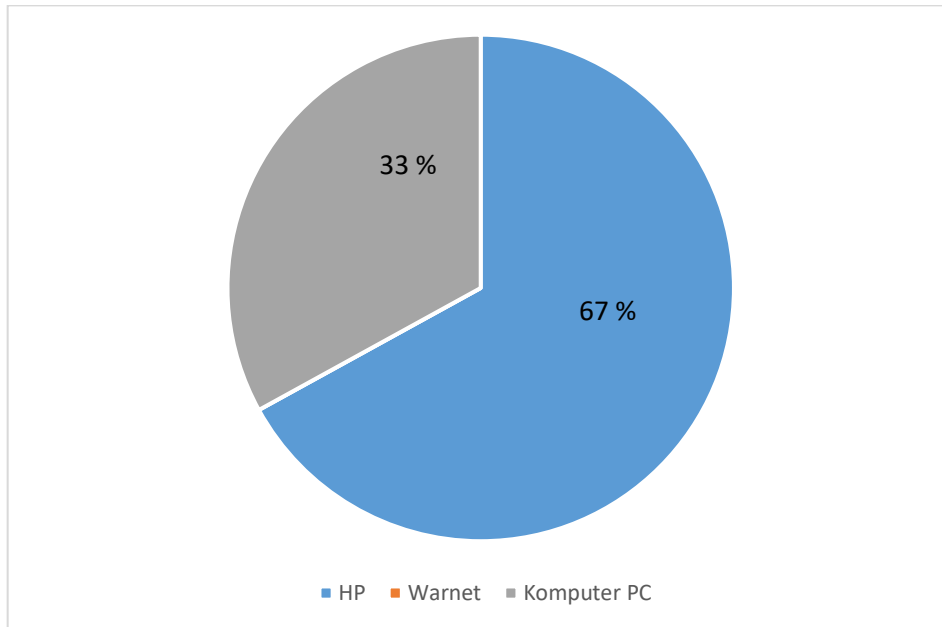
*“Setelah saya menggunakan teknologi dalam pemasaran produk melalui beberapa market place media sosial web, saya desain kemasan produk, membuat e-katalog untuk produk-produk saya. Terjadi peningkatan jumlah konsumen dari produk saya, baik yang berasal dari Jember maupun dari luar kota. Bahkan saya sering*

*mengirimkan produk saya untuk konsumen saya di luar negeri. Serta usaha kami semakin banyak dikenal oleh masyarakat. Banyak Stasiun TV yang datang untuk meliput kegiatan usaha kami. Banyak juga mahasiswa dan peneliti yang datang untuk sharing dan mewawancarai kami. Teknologi digital sangat membantu usaha kami”*

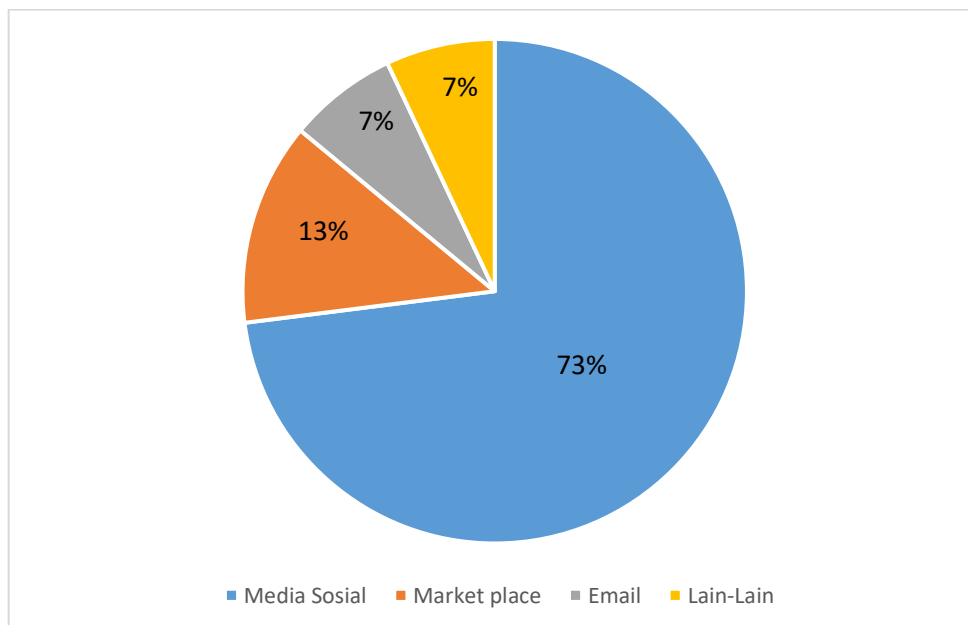
Hal ini senada dengan penjelasan dari Slamet dkk (2016) yang menyatakan bahwa adopsi teknologi digital terbukti dapat meningkatkan kinerja UKM, terutama pada peningkatan akses kepelanggan baru serta dapat memberikan dampak pada peningkatan penjualan.

#### **B. Kesempatan akses media baik media sosial maupun media berjaringan internet lainnya yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember**

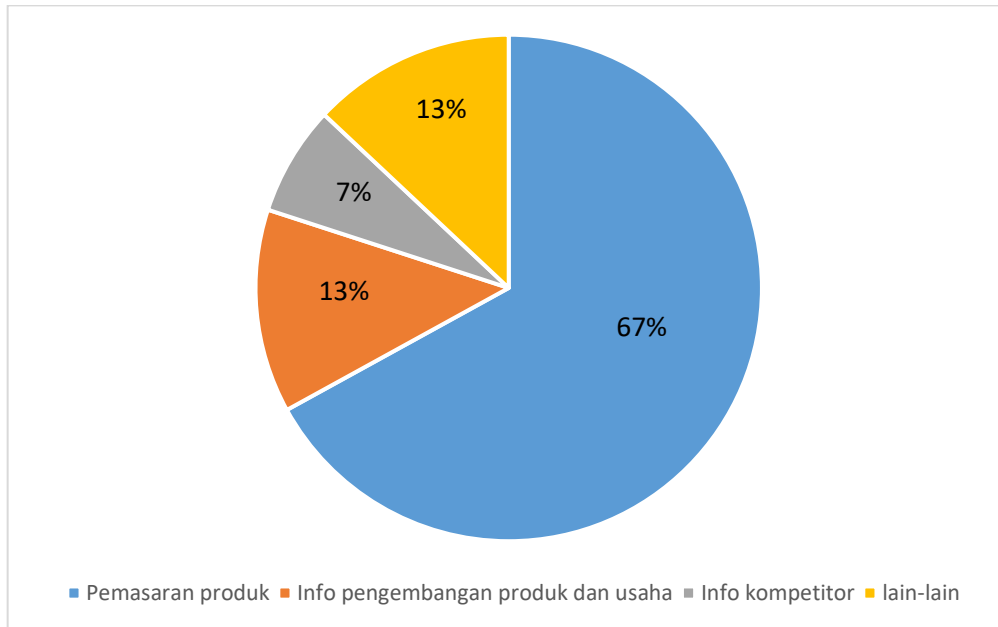
Hasil temuan selanjutnya yaitu berkaitan dengan kesempatan akses media baik media sosial maupun media berjaringan internet lainnya yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember. Dalam hasil dan temuan kali ini menguraikan secara spesifik berkaitan dengan penggunaan dan cara pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet. Meskipun dalam gambar 2 menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak memiliki sarana komputer namun realitanya mereka mempunyai kesempatan untuk mengakses internet. Berikut gambaran yang dapat kita ketahui.



Gambar 4. Media untuk Mengakses Internet



Gambar 5. Kanal Media yang di Akses



Gambar 6. Tujuan Mengakses Informasi

Gambar 4 menunjukkan fasilitas media untuk mengakses internet yang dominan digunakan yaitu handphon sebesar 67%, komputer pc 33% dan melalui warnet 0%. Sedangkan Gambar 5 menunjukkan kanal media yang dominan mereka akses adalah media sosial yaitu 73% di antaranya yang cenderung mereka akses adalah facebook, IG, wa. Rata-rata dari responden kurang mengenal media sosial lain selain media sosial tersebut. Kemudian untuk akses ke market place sebesar 13%, akses email hanya 7%. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Jember belum memanfaatkan media lain seperti market place, market space dan email. Penggunaan email hanya sebagai syarat untuk membuka media sosial. Bahkan mereka banyak yang menjelaskan bahwa sudah lama sekali tidak membuka email, sehingga lupa passwordnya.

Gambar 6. menunjukkan tujuan pelaku UMKM dalam mengakses informasi. Hasil nya diperoleh sebesar 67% tujuan dari mengakses informasi yaitu untuk pemasaran produk, sebesar 13% untuk mencari informasi berkaitan dengan pengembangan produk dan pengembangan usaha, sebesar

7% untuk mencari informasi tentang kompetitor dan 13% untuk kegiatan lain yang tidak ada hubungannya dengan usaha. Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa pola menjalankan usaha dari UMKM di Kab. Jember dijalankan apa adanya, banyak dari mereka belum memanfaatkan akses internetnya untuk mencari informasi strategi bagaimana cara meningkatkan kualitas produk dan percepatan pengembangan usaha, bahkan sebagian dari mereka abai atau tidak peduli dengan kompetitor. Padahal jika mereka mau belajar, sebenarnya mengamati kompetitor akan menambah banyak wawasan dalam pengembangan usaha bagi mereka. Namun demikian, semua informan mengakui bahwa memang internet dan perangkat digital memiliki kekuatan tersendiri dalam mendukung usahanya. Hal ini senada dengan temuan dari Deloitte (2015) yang memaparkan bahwa pelaku bisnis di Indonesia semakin menyadari kekuatan internet dan perangkat digital dalam peningkatan kinerja usahanya. Situs, media sosial dan aplikasi mobile messaging merupakan media yang sangat penting bagi pelaku UKM dalam berinteraksi dengan konsumen. Sebanyak 38% pemilik dan manager bisnis menyatakan bahwa situs merupakan hal yang sangat penting bagi mereka untuk berinteraksi dengan konsumen, sedangkan 32% dan 23% memilih media sosial dan aplikasi mobile messaging dalam berinteraksi dengan konsumen.

### **C. Pemanfaatan media digital untuk mendukung upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Jember**

Upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku UMKM di Kab. Jember sudah berjalan dan berlangsung dari tahun ke tahun. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih belum mampu melakukan pengelolaan manajerial secara ideal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan peluang di era digital saat ini.

Bagi UMKM yang sudah mampu memanfaatkan media digital dalam membantu manajemen usahanya, di antaranya manajemen pemasaran, keuangan, informasi, dan lain-lain dapat mempercepat laju perkembangan dan keberlanjutan usahanya. Seperti data dari We Are Sosial (2016) yang menjelaskan bahwa di Indonesia rata-rata orang menghabiskan waktu untuk menggunakan internet adalah 4,42 jam/hari (desktop) dan 3,33 jam/hari melalui mobile phone serta untuk menggunakan sosial media rata-rata 2,51 jam/hari dan menonton televisi 2,22 jam/hari. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet dan media sosial sudah menjadi behaviour di Indonesia. Sehingga, dengan kondisi ini UMKM dapat memanfaatkan media digital dalam rangka menangkap peluang demi keberlanjutan usaha produktifnya.

Hal ini sesuai dengan hasil riset dari Deloitte (2015) menunjukkan bahwa dari 437 UKM di Indonesia yang tersebar di kota Medan, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Makasar menyatakan penggunaan dapat memberikan keuntungan 80% kenaikan pendapatan, satu setengah kali lebih mungkin untuk meningkatkan kesempatan kerja, 17 kali lebih mungkin untuk menjadi lebih inovatif dan UKM lebih kompetitif secara internasional.

## BAB 5. BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

### 5.1 Anggaran Biaya

Adapun ringkasan biaya penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Rincian Anggaran Biaya

No	Jenis pengeluaran	Biaya yang diusulkan	
1	Bahan Habis Pakai	Rp	500.000,-
2	Perjalanan	Rp	500.000,-
3	Lain-lain	Rp	500.000,-
Jumlah biaya		<b>Rp</b>	<b>1.500.000,-</b>

*\*rincian dapat dilihat di lampiran 2*

### 5.2 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal selama 3 bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Bln	Bln	Bln
		1	2	3
1	Study literatur dan studi lapang			
2	Perencanaan			
3	Penelitian			
4	Pelaporan			



## BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa:

1. Sebanyak 67 % pelaku UMKM di Jember tidak memiliki fasilitas media digital berupa komputer, namun temuan lain menunjukkan sebanyak 73% pelaku UMKM memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak memiliki fasilitas komputer beberapa pelaku UMKM masih memiliki pengalaman dalam penggunaan komputer, artinya sebagian dari pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam kepemilikan fasilitas digital masih berusaha untuk tetap belajar dalam penggunaan media digital. Berdasarkan hasil wawancara mereka mengakui bahwa sering meminjam komputer kepada saudara dan teman untuk belajar utamanya berkaitan dengan cara desain produk dan marketing. Hal ini mereka lakukan jika mereka kesulitan jika hanya menggunakan handphone. Sedangkan, frekuensi pelaku UMKM dalam menggunakan komputer dalam seminggu terakhir, yaitu sebanyak 7% lebih dari 6 kali, 13% 3-6 kali, 20% 1-3 kali dan 60% sama sekali tidak menggunakan komputer. 7% pelaku UMKM yang sering menggunakan komputer dalam seminggu terakhir menjelaskan bahwa mereka memang memiliki media promosi (digital marketing) pada beberapa marketplace, media sosial dan juga memiliki web. Sehingga, setiap hari harus menggunakan komputer untuk melayani konsumen sebagai kegiatan rutin, hal ini dirasa lebih memudahkan mereka dalam menjalankan pemasaran online serta belajar aplikasi-aplikasi yang dapat mendukung peningkatan kualitas produk jika dibandingkan dengan menggunakan handphone. Berdasarkan hasil temuan dalam riset ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan media digital untuk tujuan pengembangan

usaha maupun untuk peningkatan literasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Jember masih dalam kategori rendah.

2. Fasilitas media untuk mengakses internet yang dominan digunakan yaitu handphon sebesar 67%, komputer pc 33% dan melalui warnet 0%. Sedangkan kanal media yang dominan mereka akses adalah media sosial yaitu 73% diantaranya yang cenderung mereka akses adalah facebook, IG, wa. Rata-rata dari responden kurang mengenal media sosial lain selain media sosial tersebut. Kemudian untuk akses ke market place sebesar 13%, akses email hanya 7%. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Jember belum memanfaatkan media lain seperti market place, market space dan email. Penggunaan email hanya sebagai syarat untuk membuka media sosial. Bahkan mereka banyak yang menjelaskan bahwa sudah lama sekali tidak membuka email, sehingga lupa passwordnya. Sedangkan berkaitan dengan tujuan pelaku UMKM dalam mengakses informasi diperoleh sebesar 67% tujuan dari mengakses informasi yaitu untuk pemasaran produk, sebesar 13% untuk mencari informasi berkaitan dengan pengembangan produk dan pengembangan usaha, sebesar 7% untuk mencari informasi tentang kompetitor dan 13% untuk kegiatan lain yang tidak ada hubungannya dengan usaha. Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa pola menjalankan usaha dari UMKM di Kab. Jember dijalankan apa adanya, banyak dari mereka belum memanfaatkan akses internetnya untuk mencari informasi strategi bagaimana cara meningkatkan kualitas produk dan percepatan pengembangan usaha, bahkan sebagian dari mereka abai atau tidak peduli dengan kompetitor.
3. Upaya keberlanjutan usaha produktif pelaku UMKM di Kab. Jember sudah berjalan dan berlangsung dari tahun ke tahun. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih belum mampu melakukan pengelolaan manajerial secara ideal. Masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan peluang di era digital saat ini. Bagi UMKM yang sudah mampu

memanfaatkan media digital dalam membantu manajemen usahanya, di antaranya manajemen pemasaran, keuangan, informasi, dan lain-lain dapat mempercepat laju perkembangan dan keberlanjutan usahanya.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan adapun saran yang diberikan adalah perlunya peran aktif pemerintah untuk mendampingi pelaku UMKM di Kab. Jember agar dapat meningkatkan literasi digital. Sehingga, dengan tingginya literasi digital yang dimiliki UMKM akan menjadikan UMKM dapat bersaing di era digital saat ini, dapat dengan mudah mengakses konsumen dari semua wilayah baik dalam Negeri maupun Luar Negeri. Selain itu, dengan literasi digital yang baik dapat membantu pelaku UMKM dalam belajar untuk meningkatkan kualitas produknya. Sehingga, produk yang dimiliki UMKM dapat memiliki daya saing.

## DAFTAR PUSTAKA

- BarNir, A., Gallagher, J. M., & Auger, P. 2003. Business process digitization, strategy, and the impact of firm age and size: The case of the magazine publishing industry. *Journal of Business Venturing*, 18(6): 789-814.
- Bharadwaj, P. N., & Soni, R. G. 2007. E-commerce usage and perception of e-commerce issues among small firms: Results and implications from an empirical study. *Journal of Small Business Management*, 45(4): 501-521.
- Davis, Charles H & Shaw, Debora. 2011. *Introduction to Information Science and Technology*. New York: Medford Information Today.
- Dearing, J. 2004. *Improving the State of Health Programming by Using Diffusion Theory*. *Journal of Health Communication*, 9, 21-36.
- Delloite. 2015. UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Bangsa [Online]. Tersedia pada <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf> [di akses pada 20 Februari 2020].
- Fakih, Mansour. 1996. Analisis Gender dan Transformasi Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hartiningsih, Maria. 2003. *Gender dan Media Massa*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Johnston, D. A., Wade, M., & McClean, R. 2007. Does e-business matter to SMEs? A comparison of the financial impacts of Internet business solutions on European and North American SMEs. *Journal of Small Business Management*, 45(3): 354-361.
- Kervin, Lisa. 2016. Powerfull and Playfull Literacy Learning with Digital Technology. *Australian Journal of Language and Literacy*, 39(1),64-73. Tersedia dari

<http://web.a.ebscohost.com/ehostpdfviewerpdfviewersid=ada7be9b-c2cl-4564-b9b6-88afbd77bcdd%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4104>) [di akses pada 5 Februari 2020].

Kress, Gunther. 2003. *Literacy in the new Media Age*. New York: Routledge.

Merdeka.com. 2014. Jumlah UMKM Indonesia 57,9 juta, terbanyak dibandingkan negara lain [Online]. Tersedia pada: <http://www.merdeka.com/uang/jumlah-umkm-indonesia-579-juta-terbanyak-dibanding-negara-lain.html> [di akses pada 01 Maret 2020].

Merono-Cerdan, A. L., & Soto-Acosta, P. 2006. Examining e-business impact on firm performance through website analysis. *International Journal of Electronic Business*, 3(6): 1-1.

Partner, D. 2016. Indonesia Digital Consumer Opportunity [Online]. Tersedia pada: <https://cdn-ds.kilatstorage.com/wp-content/uploads/2016/08/wearesocial-1.png> [di akses pada 21 Agustus 2020].

Partomo, Tiktik Sartika & Abd. Rachman Soejoedono. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Potter, James W. 2005. *Media Literacy*. London: Sage Publication.

Rajendran, R., & Vivekanandan, K. 2008. Exploring relationship between information systems strategic orientation and small business performance. *International Journal of E-Business Research*, 4(2): 14-28.

Roger, E.M. 2003. *Diffusion and Innovations*. 5th Ed. New York: Free Press.

Rustono. 2013. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha Kelompok Bisnis Entrepreneur [Online]. Tersedia pada: <http://admisibisnis.blogspot.com/2013/12/pemanfaatan-teknologi-informasi-dan.html> [di akses pada 21 Februari 2020].

- Sari, Yunita Resmi. dkk (2015). *Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi MEA 2015 dan Pasca MEA 2025*. Working Paper: Bank Indonesia. JEL Classification : L6, F16
- Slamet, Rachmat. Dkk. 2016. Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia, Vol 16 – No. 2 April 2016*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Wardhani, Diah dan Afdal Makkuraga Putra. 2012. *The Repotition of Communication in the Dynamic of Convergence: Reposisi Komunikasi dalam Dinamika Konvergensi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- We Are Social. 2016. Penggunaan Internet di Indonesia [online]. Tersedia pada: <http://wearesocial.com/uk/special-report/digital-in-2016> [di akses pada 25 Agustus 2020].
- Wymer, S., & Regan, E. 2005. Factors influencing e-commerce adoption and use by small and medium businesses. *Electronic Markets, 15(4): 438-453*.
- Zhu, K., Kraemer, K. L., Xu, S., & Dedrick, J. 2004. Information technology payoff in e-business environments: An international perspective on value creation of e-business in the financial services industry. *Journal of Management Information Systems, 21(1): 17-54*.

## Lampiran 1. Biodata Pengusul

### CURRICULUM VITAE

#### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap	Novita Nurul Islami, S.Pd., M.Pd
2. Jenis Kelamin	Perempuan
3. Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4. NIP	198711212020122002
5. NIDN	0021118709
6. Tempat dan Tanggal lahir	Jember, 21 Nopember 1987
7. E-mail	novitanurulislami@uinkhas.ac.id
8. Nomor Telepon/HP	085236639797
9. Alamat Kantor	Jl. Mataram No.1, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68136
10. Lulusan Yang Telah Dihasilkan	S-1= 1 orang; S-2 = .....orang; S-3=....orang
11. Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Manajemen
	2. Perkembangan Peserta Didik
	3. Ekonomi Pembangunan
	4. Belajar dan Pembelajaran
	5. Sejarah Pemikiran Ekonomi
	6. Ekonomi Moneter

	7. Perekonomian Indonesia
	8. Ekonomi Makro
	9. Komunikasi Pemasaran
	10. Studi Kelayakan Bisnis
	11. Pengajaran Mikro
	12. Perilaku Konsumen
	13. Transnasionalisme Poleksosbud
	14. Etnopedagogi
	15. Metode Penelitian Pendidikan IPS
	16. Manusia, Tempat dan Lingkungan
	17. Pengembangan Bahan Ajar IPS
	18. Ilmu Geografi dan Pendidikan IPS
12. Bidang Keilmuan	Pendidikan Ekonomi

## B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Jember	Universitas Negeri Surabaya
Bidang Ilmu	Pendidikan Ekonomi	Pendidikan Ekonomi
Tahun Masuk-Lulus	2006-2011	2012-2014



### C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta RP)
1	2017	<i>Research Based Learning (RBL)</i> pada Mata Kuliah Pengantar Manajemen di Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember 2017	PNBP Universitas  Jember 2017	10.000.000,-
2	2018	Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Berwirausaha melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Se Kabupaten Jember	PNBP Universitas  Jember 2018	14.000.000,-
3	2018	Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal pada Eks Pekerja Sigaret Kretek Tangan (SKT) PT. HM Sampoerna Jember	PNBP Universitas  Jember 2018	30.000.000,-
4	2018	<i>Research Based Learning (RBL)</i> pada Mata Kuliah Ekonomi Pembangunan di Prodi	PNBP Universitas  Jember 2018	15.000.000,-

		Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember 2018		
5	2019	Analisis Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember	PNBP Universitas Jember 2019	25.000.000,-
6	2019	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Organizational Performance</i> melalui <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Perceived Quality</i> pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur	PNBP Universitas Jember 2019	18.000.000,-

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta RP)
1.	2015	Workshop kewirausahaan dan pengelolaan koperasi siswa (KOPSIS) dalam menanamkan sikap kewirausahaan bagi siswa	PNBP Universitas Jember 2015	3.000.000,-

2.	2015	Pemberdayaan Perempuan melalui Pembuatan Kerupuk Daun Kopi pada Masyarakat Desa Harjomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember	BOPTN Universitas Jember 2015	25.000.000,-
3.	2017	Pelatihan Pembuatan Dendang Daun Singkong di Dusun Congkrong Timur Desa Taman Kecamatan Grujungan Kabupaten Bondowoso	Mandiri	3.000.000,-
4.	2017	Pelatihan Pembelajaran Inovatif Berbasis Teknologi Informasi sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Guru SDI Baitussalam Ringinrejo Kec. Genteng Kab. Banyuwangi	Mandiri	2.000.000,-
5.	2018	Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran pada Siswa Jurusan Pemasaran SMK Nuris Hidayat	PNBP Universitas Jember 2018	10.000.000,-

		Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember		
--	--	---	--	--

**E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir**

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1.	Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif, dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Berwirausaha melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa	Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan	Vol. 3 No. 1 April 2015
2	Analisis Perilaku Berwirausaha Mahasiswa Dalam Persiapan Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN	Proceding	ISBN : 978-602-9030-83-9
3	Implementasi Kurikulum 2013 Melalui Pendekatan <i>Scientific</i>	Proceding	ISBN : 978-602-6854-00-1
4	Pengembangan Pendidikan Berbasis Nilai Etika untuk Generasi Z	Proceding	ISBN: 978-602-74798-9-0
5	Peningkatan Profesionalisme Kinerja Guru melalui Supervisi Kepala Sekolah	JAMAK (Jurnal Administrasi, Manajemen, dan Kependidikan	Volume 4, Nomor 1, Mei 2017 ISSN 2355-8466

6	The Effect of Digital Literacy Toward Enterpreneur Behaviors Through Students' Intention Entrepreneurship on Economics Education Study Program at Jember	Earth and Environmental Science, IOP Publishing	Volume 243, (2019)
7	The Analysis of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMes) Development Through External Facilitation and Internal Potential on Former Workers of the Sigaret Kretek Tangan (SKT) PT. HM Sampoerna Jember	Earth and Environmental Science, IOP Publishing	Volume 243, (2019)
8	Analisis of Human Development Index in East Java Province Indonesia	Earth and Environmental Science, IOP Publishing	Volume 243, (2019)
9	Survey data of COVID-19-related Knowledge, Attitude, and Practices among Indonesian Undergraduate Students	Data in Brief, Elsevier	105855 (2020)
10	The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro, Small and Medium Enterprises	Jurnal Organisasi dan Manajemen	Volume 16 (2020)
11	Analysis of Fisheries Export Commodities in Banyuwangi Regency, Indonesia	IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Volume 485 (2020)

12	Trade Flux's Influence Upon Southeast Asian Economical Backwardness During 17th Century	IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Volume 485 (2020)
13	The urgency of using online-based learning media to enhance students' self-directed learning and result study on accounting chapter of economics subjects	IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Volume 485 (2020)
14	The analysis of e-commerce utilization in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) at Jember	IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Volume 485 (2020)
15	Analisis Perbedaan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan Keluarga di Kabupaten Jember	Journal Heritage	Volume 1, Issue 2 (2020)
16	Digital Literation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jember District	IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Volume 747, Issue 1 (2020)
17	Discovering the Experience of Financial Technology (FinTech) Users in Paying Zakah, Infaq, and Sadaqah (ZIS) in East Java, Indonesia	El-Qish: Journal of Islamic Economics,	Volume 1, Issue 2, Pages 132-143 (2021)
18	Validating of Knowledge, Attitudes, and Practices Questionnaire for Prevention of COVID-19 Infections among	Journal Eurasia Journal of Mathematics,	Volume 16, Issue 12 (2020)

	Undergraduate Students: A RASCH and Factor Analysis.	Science and Technology Education	
--	--	----------------------------------	--

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir**

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi “Pendidikan Transformatif dan Tantangan Masa Depan Bangsa”	Analisis Perilaku Berwirausaha Mahasiswa Dalam Persiapan Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN	31-10-2015 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember
2.	Seminar Nasional dan Call For Papers “Pendidikan Karakter dalam Pembelajaran Bisnis dan Manajemen”	Implementasi Kurikulum 2013 Melalui Pendekatan <i>Scientific</i>	Tanggal 09-11-2015 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang
3.	Seminar Nasional Pendidikan “Peran Pendidikan Etika dalam Membangun Peradaban Bangsa	Pengembangan Pendidikan Berbasis Nilai Etika untuk Generasi Z	Tanggal 29-10-2016 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember
4.	International Conference on Environmental Geography	The Effect of Digital Literacy Toward Entrepreneur Behaviors Through Students’ Intention	17–18 November 2018 <i>Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember</i>

	and Geography Education (ICEGE)	Enterpreneurship on Economics Education Study Program at Jember	
--	------------------------------------	---	--

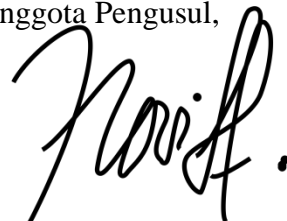
### G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1.	Pengantar Manajemen (Buku Ajar Perguruan Tinggi)	2018	978-602-5570-07-0	Pustaka Abadi

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikonya. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 15 Agustus 2021

Anggota Pengusul,



Norita Nurul Islami, S.Pd., M.Pd  
NIDN. 0021118709



**SURAT TUGAS**  
**NOMOR: B- 2550/ln.20/L.1/TI.00/11/2021**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. H. Mustajab, S.Ag., M.Pd.I  
NIP : 197409052007101001  
Jabatan : Ketua LP2M UIN KHAS Jember  
Unit Kerja : UIN KHAS Jember

Menugaskan kepada :

Nama : NOVITA NURUL ISLAMI M.Pd  
NIP/NUP : 198711212020122002  
Jabatan : Dosen UIN KHAS Jember

untuk melakukan penelitian dengan judul “Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember” sejak tanggal 1 Januari 2021 sampai dengan 30 April 2021.

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

1 Januari 2021  
Ketua  
  
H. Mustajab  


Tembusan :

1. Kabiro;
2. Fakultas;
3. Yang bersangkutan;
4. Arsip.