

LITERASI DIGITAL PADA PEREMPUAN PELAKU USAHA PRODUKTIF DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

**Dhyah Ayu Retno Widyastuti, Ranggabumi Nuswantoro,
dan Thomas Adi Purnomo Sidhi**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jalan Babarsari Nomor 6 Yogyakarta 55281,
Telp 0274-487711.
Email: ayucahindu@gmail.com

Abstract

This research aims at identifying the reality of women activities in using digital media. This research was conducted at Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) in Daerah Istimewa Yogyakarta. Using qualitative research approach to observe information among informants, this research found that women have limited access to information and communication technology. Women used digital media to get information to support their activities. They used mobile phone and personal computer to access the internet. The use of mobile phone was more than personal computer. Based on the result, this research recommends that digital literacy played important role to sustain women activities. The process of adoption of innovative technologies enhances women capability to improve UMKM activities. In addition, internet access enhances women's economic sustainability.

Keywords: literacy, digital, media, women, UMKM.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi realitas kegiatan perempuan dalam menggunakan media digital. Subjek penelitian adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan kualitatif untuk mengamati informasi di antara temuan informan. Hasil penelitian ini adalah perempuan telah membatasi akses teknologi informasi dan komunikasi. Perempuan menggunakan media digital untuk mendapatkan informasi yang mendukung kegiatan responden. Responden menggunakan ponsel dan komputer pribadi untuk mengakses internet. Responden menggunakan ponsel lebih sering dibanding komputer pribadi. Penelitian ini memberikan masukan kebijakan bahwa melek digital memainkan peran penting guna kelanjutan kegiatan perempuan. Proses adopsi sebuah teknologi inovatif meningkatkan kemampuan perempuan untuk meningkatkan kegiatan UMKM. Selain itu, akses internet meningkatkan keberlanjutan ekonomi perempuan.

Kata kunci: literasi, digital, media, perempuan, UMKM.

Pendahuluan

Menghapus kemiskinan merupakan satu tujuan yang menjadi agenda dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/ SDGs*) 2015–2030. Indonesia adalah satu dari 193 negara yang turut mengesahkan kesepakatan pembangunan global ini (infid.org). Hal ini tentu beralasan, Indonesia merupakan negara yang masih dililit dengan persoalan kemiskinan. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah

penduduk miskin sebanyak 57106.36 ribu jiwa yang terperinci atas 21272,5 berada di perkotaan dan 35833,86 untuk perdesaan (bps.go.id). *ini* menunjukkan bahwa masih banyak warga Indonesia yang memiliki pendapatan di bawah garis kesejahteraan, umumnya lebih rendah dari masyarakat di sekelilingnya. Warga seperti ini biasanya juga tidak terjangkau pembangunan sehingga terjadi ketimpangan pendapatan. Hal yang memperparah kemudian adalah adanya

budaya malas, boros, dan tidak kreatif, selain juga terbatasnya akses untuk memperoleh berbagai macam hal yang membuatnya maju. Perempuan dan anak-anak menjadi pihak yang paling dirugikan dalam persoalan kemiskinan tersebut. Hal tersebut ditunjukkan dengan posisi pekerjaan perempuan yang mengalami proses pemiskinan karena dianggap alamiah dan berupah rendah. Pekerjaan-pekerjaan perempuan yang kebanyakan berada di sektor domestik, belum dianggap sebagai pekerjaan yang memiliki status sosial-ekonomi, sehingga perempuan belum mendapat penghargaan yang layak.

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya yang bisa dilakukan guna memfasilitasi ketercapaian tujuan untuk membawa masyarakat menuju suatu keberlanjutan secara ekonomi. Gambaran mikro yang menjadi pijakan bisa berawal dari penyikapan individu akan keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam hal ini penulis memberikan gambaran UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data Dinas Koperasi dan UKM DIY menunjukkan jumlah UMKM sebanyak 137.267 hingga tahun 2015. Jumlah ini akumulasi dari tingkat pertumbuhan UMKM yang selalu mengalami peningkatan 10% pada setiap tahunnya (harianjogja.com). Hal yang menarik adalah terdapat fakta bahwa perempuan memiliki peranan besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia, khususnya dalam konteks pengentasan kemiskinan. Pada tahun 2010 BPS melakukan sensus terhadap 2.002.335 UMKM, ternyata di

sektor pengolahan jumlah perempuan pelaku ada 896.047 (40,79%), dan angka tersebut diyakini lebih besar lagi mengingat bahwa data tersebut dibuat berdasarkan kepemilikan formal, bukan pelaku (riil) usaha. Walaupun demikian dominasi laki-laki terhadap perempuan juga masih muncul, setidaknya dari beberapa pengalaman menunjukkan bahwa usaha yang semula dirintis oleh perempuan, setelah usaha tersebut berkembang, pengelolaan dan kepemilikan formalnya bergeser pada laki-laki. Alasannya karena membutuhkan mobilitas yang tinggi.

Sementara di sisi lain terdapat fakta bahwa sektor UMKM telah terbukti mampu hidup dan berkembang dalam menghadapi badai krisis selama lebih dari enam tahun. Keberadaannya telah dapat memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan ekspor. Maka peningkatan kinerja UMKM berbasis perempuan menjadi urgen untuk dilakukan. Peningkatan kapasitas manajerial berbasis gender mutlak dilakukan, apalagi melihat kenyataan bahwa sebenarnya UMKM di Indonesia banyak yang digerakkan oleh perempuan. Meskipun awalnya UMKM yang dilakukan perempuan lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, namun dalam perkembangannya justru menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

Capacity building berbasis teknologi komunikasi dan informasi, dalam hal ini

adalah literasi digital dilakukan untuk mengembangkan kualitas tata kelola UMKM berbasis kesadaran gender. Pada tahun 2009 dan 2010, data Indeks Pembangunan Gender (IPG) menunjukkan bahwa DIY mendapatkan nilai 72,24 dan 72,51. Nilai ini membawa DIY menempati peringkat nomor 2 di level nasional. Selain itu menurut data Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi DIY potensi UMKM berbasis perempuan yang bisa dikembangkan mencapai 53% dari total jumlah UMKM keseluruhan di DIY. Jumlah yang besar ini pun, masih sangat sedikit yang dikelola dengan pendekatan teknologi komunikasi dan informasi, apalagi yang berperspektif gender. Sebagaimana dinyatakan oleh Holzer dan Kathe Callahan (1998: 24), adaptasi teknologi menjadi salah satu hal pokok yang bisa dilakukan untuk meningkatkan produktivitas sektor publik. Maka dalam hal ini pengintegrasian tata kelola UMKM dengan teknologi komunikasi dan informasi relevan dilakukan.

Dalam konteks pemberdayaan perempuan, maka usaha tersebut harus disertai dengan penyertaan kesadaran isu gender di dalamnya. Upaya ini dilakukan untuk membangun kapasitas untuk memahami keberadaan media digital, pemanfaatannya, hingga implikasi yang ditimbulkan. Aksi yang bisa dilakukan dalam tataran keterampilan berupa kemahiran dalam menggunakan media komputer berbasis jaringan kabel yang sangat familiar dikenal dengan internet. Semua upaya ini lebih jauh berkontribusi untuk memperbaiki kondisi masyarakat secara ekonomi. Pada pelaksanaannya, upaya ini tentu membawa

implikasi bagi masyarakat. Artinya bahwa masyarakat dan pemerintah merupakan dua aktor yang harus selaras dan akan mengisi satu dengan lainnya. Peluang dan tantangan bagi masyarakat menjadi tantangan dan peluang pemerintah untuk memfasilitasi dan masyarakat sebagai subjek pelaku untuk memenuhinya.

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, serta memiliki keberpihakan terhadap perempuan (atau dengan kata lain berperspektif gender).

Tulisan ini merupakan paparan hasil penelitian mengenai serangkaian usaha ilmiah dan akademis untuk membangun gerakan literasi digital dalam rangka memberdayakan potensi UMKM berbasis gender di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan lokasi spesifiknya di Dukuh Kreet, Kabupaten Bantul.

Kemiskinan menjadi persoalan struktural dan kultural menahun di Indonesia. Usaha pengentasan kemiskinan yang dirintis pemerintah tidak membuahkan hasil yang maksimal. Bahkan semakin membuat jurang antara warga miskin dengan warga kaya. Menurut catatan Bank Indonesia (BI), angka tingkat kesenjangan ekonomi (rasio gini) penduduk Indonesia meningkat dibandingkan tahun 2012. Rasio

Gini tahun 2013 lebih tinggi dibandingkan tahun 2012, yakni 0,41 persen. Kondisi ini menggambarkan dengan jelas bahwa kemiskinan dan tingkat kesenjangan penduduk Indonesia semakin lebar. Dalam kesenjangan tersebut, perempuan dan anak-anak menjadi pihak yang paling tertekan. Secara struktural dan kultural, posisinya paling lemah sehingga menanggung akibat kemiskinan lebih banyak daripada laki-laki. Walaupun demikian dalam penelitian yang dilakukan Sukesi (2014: 23) di masyarakat Jawa Timur, perempuan tidak menyerah begitu saja dengan kondisi ini. Sukesi menyatakan bahwa perempuan tergerak untuk bangkit dari kondisi miskin dengan cara bekerja. Mereka bekerja karena adanya dorongan kebutuhan, kemauan dan kemampuan serta kesempatan kerja yang tersedia dan akses wanita atas kesempatan tersebut. Walaupun terbatas namun pada titik ini perempuan mulai merintis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang menjadi titik tekan dalam penelitian ini.

Dipta (2009: 13) menyatakan bahwa peran perempuan di sektor UMKM umumnya terkait dengan bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti: warung makan, toko kelontong, pengolahan makanan, industri kerajinan, dan lain sebagainya. Bidang ini digeluti karena keleluasaannya untuk dilakukan di rumah sehingga tidak melupakan perannya sebagai ibu rumah tangga. Namun UMKM yang dilakukan perempuan lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan, yakni untuk membantu suami dan untuk menambah

penadapatan rumah tangga, namun akhirnya bisa menjadi sumber pendapatan utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

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 yang oleh Alvin Toffler didefinisikan sebagai gelombang ketiga manusia (Toffler, 1980). 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 *cross-cutting*. 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, konsep James Potter paling jelas dan gamblang untuk bisa diterapkan dalam makalah ini. Definisi literasi digital menurut James Potter ialah sebagai berikut

“A set of perspectives that we actively expose ourselves to the media to interpret the meaning of the messages we encounter. We build our perspectives from knowledge structures. To build our knowledge structures, we need tools and raw material. These tools are our skills. The raw material is information from the media and the real world. Active use means that we are aware of the messages and are consciously interacting with them (Potter, 2005: 22).”

Literasi digital menurut Potter 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. Gilster (1997) kemudian memperluas konsep literasi digital 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. Dalam penelitian sebelumnya, tim menemukan bahwa aktivitas menulis di blog yang dilakukan oleh para perempuan/ibu di *emak2blogger*, khususnya yang menjadi finalis Srikandi Blogger 2015, telah mereduksi keterbatasan perempuan dalam akses media digital. Walaupun secara kuantitas masih minim, termasuk hal-hal publik yang diinformasikan dan didiskusikan di sana, tetapi setidaknya lewat penelitian telah terbukti bahwa aktivitas politik yang dilakukan oleh para perempuan di komunitas *emak2blogger* berefek positif. Perempuan mampu menyampaikan aspirasi, perempuan punya ruang untuk menyampaikan problematika hidup sehari-hari. Pada titik ini perempuan

mampu memberdayakan dirinya lewat informasi yang diperoleh dari dunia digital. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, perempuan yang menggerakkan UMKM hendaknya memiliki tingkat literasi digital yang baik. Sehingga pengembangan UMKM bisa dilakukan dengan optimal. Hal ini bisa diadopsi dari hasil penelitian Kervin (2016) 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, dalam hal ini UMKM, yang berperspektif gender. Gender merupakan atribut yang dilekatkan secara sosial maupun kultural, baik pada laki-laki maupun perempuan. Gender bukan merupakan kodrat, tetapi merupakan konstruksi sosial, budaya, agama, dan ideologi tertentu yang mengenal batas ruang dan waktu sehingga gender sangat tergantung pada nilai-nilai masyarakat dan berubah menurut situasi dan kondisi (Fakih, 1996: 132).

Gender dibentuk oleh aspek sosial dan tidak bisa dilepaskan oleh budaya media yang perkembangannya semakin pesat. 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 status-status 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, 2009).

Teori difusi inovasi secara umum digunakan untuk menjelaskan alasan mengapa adopsi terjadi dan seberapa 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).

Metode Penelitian

Realitas yang menjadi persoalan di komunitas perempuan pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kabupatenantul, Daerah Istimewa Yogyakarta ini selanjutnya diselesaikan menggunakan metode *Participatory Action Research* (Partisipasi Riset Aksi – PRA). Menurut Corey (1953), metode riset aksi adalah

proses di mana kelompok sosial berusaha melakukan studi masalah mereka secara ilmiah dalam rangka mengarahkan, memperbaiki, dan mengevaluasi keputusan dan tindakan mereka. Metode PRA dipilih karena tim peneliti menyadari pentingnya keterlibatan aktif masyarakat. PRA juga mewajibkan tim peneliti untuk terlibat langsung dengan masyarakat lokal dengan tujuan untuk memperkuat kapasitas yang dimiliki warga untuk membuat rencana, mengambil keputusan, dan bertindak nyata untuk meningkatkan kondisi masyarakat setempat (Cavestro: 2003). Artinya penelitian ini melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan terutama subjek sasaran dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (di mana pengamatan mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik melalui program yang selanjutnya dirancang.

Guna memenuhi ketepatan program yang dilakukan maka pada penelitian ini diperlukan teknik penelitian lain yang menunjang kebutuhan penelitian. Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali persoalan dan kebutuhan dari subjek sasaran. FGD merupakan teknik pengumpulan data yang mengandalkan perolehan data atau informasi dari suatu interaksi informan atau responden berdasarkan hasil diskusi dalam suatu kelompok yang berfokus untuk melakukan bahasan dalam menyelesaikan permasalahan tertentu. Data atau informasi yang diperoleh melalui teknik ini, selain

merupakan informasi kelompok, juga merupakan suatu pendapat dan keputusan kelompok tersebut. Teknik ini digunakan karena untuk menggali data mengenai persepsi, opini, kepercayaan dan sikap terhadap suatu produk, pelayanan, konsep atau ide, karena relatif lebih mudah dan cepat selesai.

Hasil dari FGD digunakan sebagai dasar dalam membangun riset aksi. Dalam hal ini PAR terdiri dari tiga kata yang selalu berhubungan seperti daur (siklus), yaitu partisipasi, riset, dan aksi. Hasil riset secara partisipatif yang diawali dengan FGD maupun observasi kemudian diimplementasikan ke dalam aksi. Aksi yang didasarkan pada riset partisipatif akan tepat sasaran, yakni menjawab persoalan dan sesuai dengan kebutuhan. Kegiatan ini akan terus berkesinambungan hingga terbangun sebuah siklus tahapan dalam model *cycle* yang memiliki empat tahapan yaitu rencana, tindakan, observasi, dan refleksi sebagaimana konsep dari Stephen Kemmis. Hasil dari evaluasi dan refleksi pada riset pertama yakni pada kelompok sasaran yang akan menjadi *focal point* kemudian akan menjadi bahan untuk riset kondisi subjek penelitian setelah aksi. Penerapan model pada *focal point* dilakukan sebagai aksi pengujian model yang selanjutnya akan diterapkan pada subjek sasaran di wilayah lainnya.

Selanjutnya hasil yang diperoleh dari riset yang dilakukan sebelumnya menggunakan metode PRA akan dijadikan dasar untuk membangun sebuah model pemanfaatan media digital khususnya

untuk mengoptimalkan produktivitas UMKM. Dalam hal ini ialah manajemen organisasi berbasis digital dan pengembangan usaha berbasis digital yakni *digital marketing*. Penekanan manajemen berbasis digital dilakukan pada konteks bagaimana teknologi, lebih khusus lagi teknologi informasi, mempengaruhi kerja komunikasi anggota organisasi. Teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan manajer memantau kinerja tim, memperluas akses untuk mendapatkan informasi, dan memperbanyak peluang kerja sama. Selain itu teknologi informasi memungkinkan anggota organisasi saling terhubung satu sama lain dengan lebih intensif, sehingga proses kerja bisa dilakukan dengan lebih efisien. Maka terdapat dua dampak yang paling utama dari teknologi informasi ini yakni adanya sistem komputer jaringan dan kemampuan nirkabel (Robbins & Coulter 2002: 294).

Sedangkan *digital marketing* yang ditekankan di sini merupakan usaha promosi UMKM dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Media digital yang dimaksud berfokus pada media-media elektronik baru yang terhubung dengan internet. Sedangkan aplikasinya nanti lebih banyak menggunakan media sosial seperti facebook, twitter, youtube, dan sebagainya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

UMKM yang menjadi gambaran dalam kajian ini adalah masyarakat di wilayah Kirebet, Kabupaten Bantul, DIY. Potensi sumber daya manusia yang unggul dan

menonjol adalah keterampilan masyarakat dalam berinovasi dan menghasilkan karya batik dengan media kayu. Jika biasanya batik dilakukan lewat media kain, maka masyarakat di Krebet menggunakan media kayu sebagai medium batik. Inovasi sederhana ini menjadikan desa Krebet sebagai sentra kerajinan batik kayu yang menjadi daya tarik tersendiri dan merupakan ciri khas dari desa tersebut. Atas dasar ini wilayah Krebet berkembang menjadi desa wisata.

Berawal dari keprihatinan kondisi sosial ekonomi warga yang cenderung berkekurangan secara ekonomi. Mereka selanjutnya terdorong untuk melakukan terobosan yang kreatif dengan membuat tangkai pisau yang berbentuk kepala manusia yang ternyata disukai dan dibeli orang. Selanjutnya kreativitas itu mulai tekun membuat kerajinan kayu seperti Topeng dan Lara Bloyo. Usaha terus berkembang dan memotivasi warga lain membuat untuk memproduksi kerajinan kayu. Inovasi kerajinan mulai bermunculan seperti topeng kayu dan wayang klithik, hingga akhirnya sebagian besar warga Desa Krebet menggantungkn usahanya pada kerajinan batik kayu.

Guna menunjang keberlangsungan usaha ini, warga juga mendirikan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kelompok ini mencoba mengelola potensi wisata dari Dusun Krebet. Pokdarwis menjadikan Desa Krebet menjadi sebuah destinasi wisata perdesaan yang menyuguhkan potensi seni dan budaya misalnya, batik kayu, tradisi sesaji seperti pada bulan suro, maulid,

maupun ruah, dan ada juga tradisi tahunan merti dusun (Yulianto, 2016).

Selain itu juga melakukan rintisan usaha melalui pembentukan Koperasi Serba Usaha (KSU) Sido Katon. Koperasi ini sebagai wadah bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di wilayah desa wisata Krebet. Ini didirikan dengan modal bersama para pelaku UMKM dengan tujuan agar para pengrajin dapat memenuhi kebutuhan kerajinan kayu mereka. Koperasi ini menyediakan bahan-bahan untuk para pengrajin membuat kerajinan batik kayu, seperti menyediakan bahan baku seperti kayu, bambu, dan kain, bahan putihan yang belum dibatik atau diwarnai, bahan cat, pewarna batik, peralatan membatik, amplas, mata gergaji, material finishing, material packing, dan bahan penolong lainnya.

Pada bulan Juni tahun 2010 KSU Sido Katon diresmikan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) tutup buku Tahun 2012, disepakati bahwa Paguyuban Perajin Krebet (P2K) dijadikan satu untuk pengelolaannya, dan menjadi salah satu Bidang di kepengurusan KSU Sido Katon. Adapun kepengurusan KSU Sido Katon ada 3 bidang, yaitu : Bidang Usaha, Bidang Industri, dan Bidang Simpan Pinjam. Bidang Usaha meliputi kegiatan usaha pertokoan yang menjadi sumber pendapatan keuntungan di KSU Sido Katon. Bidang Industri meliputi kegiatan yang bersifat pengembangan. Pengembangan yang dimaksud adalah pengembangan jaringan KSU Sido Katon,

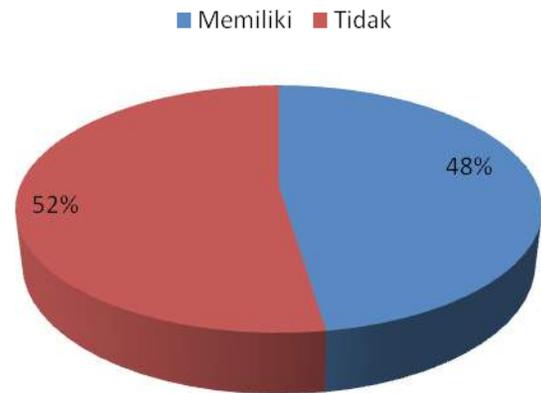
pengembangan sumber daya manusia, dan pengembangan pemasaran bagi perajin anggota KSU Sido Katon. Bidang Simpan Pinjam meliputi kegiatan keuangan untuk penyaluran pinjaman kepada anggota dan mengurus untuk simpanan (tabungan) anggota. Data UMKM di Dukuh Kreet sebagai berikut:

Tabel 1. Data UMKM

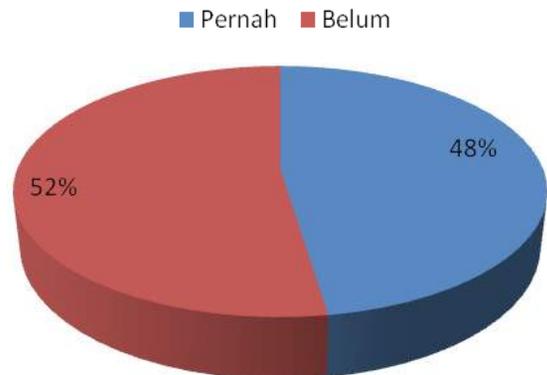
No	Nama Pengusaha	Pengelola	Jenis Kelamin
1	Akbar Jaya	Windarsih	P
2	Sari Mekar	Endang Supeni	P
3	Ninik	Ninik	P
4	Triyono	Enggar Batik	L
5	Harun	Sidodadi Mebel	L
6	Omi Agus Setiawan	Tamarin Craft	L
7	Siti Aminah	Erlangga Batik	P
8	Sumiati	Sanggar Mama	P
9	Tikto	Mahameru	L
10	Kemiskidi	Sanggar Peni	L
11	Yulianto	Yuan Art	L
12	Jumidal	JUST	L
13	Adustina Ida Paulina	Prima Batik	P
14	Painten	Adjie Craft	P
15	Ngatini	Sanggar Teratai	P
16	Sumilah	Rama Shinta	P
17	Ismiyati	Estu Batik	P
18	Tri Wahyuni	Aditya Batik	P
19	Paryanti	Devia Art	P
20	Sarjilah	Batik Ramadani	P
21	Menik	Salsa Mebel	P

Sumber: Data Penulis, 2016

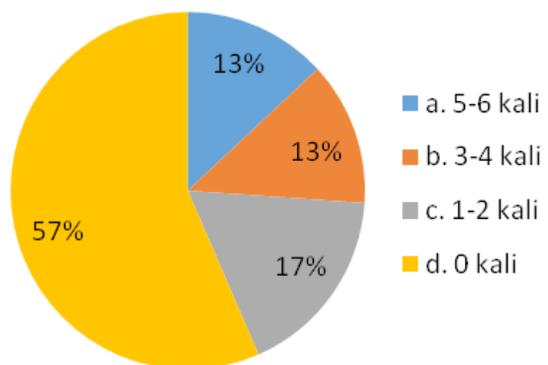
Temuan awal yang menjadi dasar dalam mengembangkan program literasi digital diantaranya tentang kepemilikan fasilitas digital terutama komputer, kemampuan dalam mengaksesnya, dan kemampuan dalam mengakses dan memanfaatkan media sosial.



Gambar 1. Kepemilikan Fasilitas Komputer



Gambar 2. Menggunakan Komputer



Gambar 2. Menggunakan Komputer Seminggu Terakhir

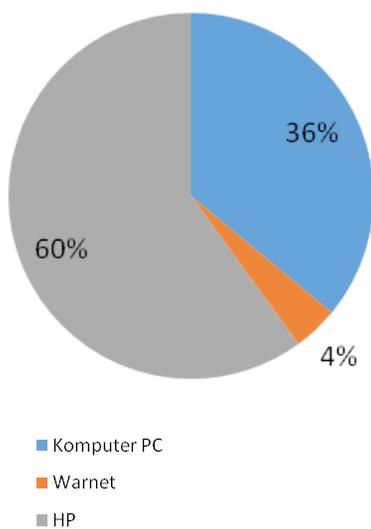
Berdasar data gambar 1 menunjukkan dari kelompok sasaran yang merupakan pelaku UMKM Dukuh Krebet sebanyak 52% tidak memiliki fasilitas media digital yang berupa komputer sehingga dalam jumlah yang sama mereka tidak memiliki pengalaman dalam menggunakan komputer seperti yang disajikan dalam gambar 2. Gambar 3 menunjukkan frekuensi kelompok sasaran yang menggunakan komputer yakni sebanyak 13% menggunakan 5 s.d 6 kali seminggu, 3 sd 4 sebanyak 13% dan sebanyak 17% emgggunakan 1-2 kali seminggu. Atas dasar data ini maka mempengaruhi kelompok sasaran dalam memahami fungsionalitas dari komputer dan kemampuan mengoperasikannya.

Selain itu penulis menyajikan data terkait dengan kesempatan akses media baik media berjaringan internet maupun media sosial yang dilakukan oleh kelompok sasaran (pelaku UMKM). Secara spesifik data yang tersaji berkaitan dengan penggunaan dan cara mereka dapat

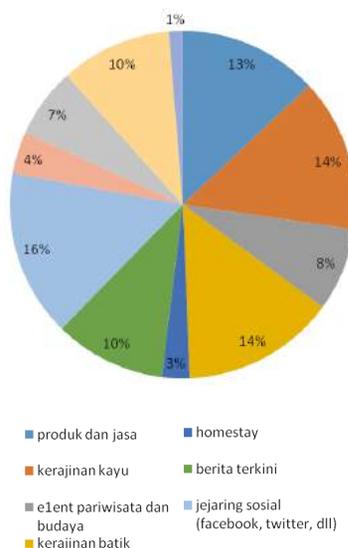
memanfaatkan internet atau media sosial.

Berdasar data pada gambar 2 bahwa kecenderungan tidak menggunakan komputer namun realitasnya mereka mempunyai kesempatan dalam mengakses internet. Tabel 6 menunjukkan fasilitas yang digunakan untuk akses internet adalah handphone yaitu 60%, sedangkan yang mengakses menggunakan komputer sebanyak 36%. Informasi yang dicara masih relevan dengan aktivitas yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari yaitu informasi mengenai kerajinan kayu dan kerajinana batik yang masing-masing sebanyak 14%. Sedangkan sosial media yang cenderung dominan diakses oleh mereka adalah sosial media facebook.

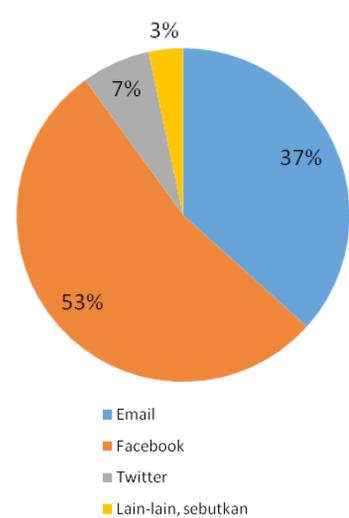
Upaya Keberlanjutan Usaha Produktif. Pemberdayaan perempuan dalam pengelolaan usaha di Dukuh Krebet berdasar data yang ada bisa dikatakan sudah muncul sejak lama, salah satunya digawangi oleh Koperasi Sido Katon yang menaungi semua pengrajin dan pemilik usaha batik kayu. Sebagaimana dinyatakan



Gambar 4. Media untuk Mengakses Internet



Gambar 5 Informasi yang Diakses



Gambar 6 Kanal media yang Diakses

oleh Yulianto selaku Ketua Koperasi Sido Katon, bahwa peserta baik perempuan maupun laki-laki yang hadir dalam *focus group discussion* merupakan *pioneer* kerja sama antara perempuan dan laki-laki dalam mengelola unit usaha batik kayu di Kreet. Anggota koperasi yang pada tahun 2016 berjumlah sekitar 56 unit usaha, 40% diantaranya merupakan unit usaha yang dikelola berdua antara bapak dan ibu dan 8 diantaranya dikelola murni oleh perempuan (ibu-ibu). Jadi mereka adalah pemilik usaha sekaligus orang yang menjalankan usaha tersebut. Laki-laki (suami) menjadi pihak yang berada di belakang untuk membantu dan memberikan dukungan. Artinya bahwa dalam kepemilikan usaha, kesetaraan perempuan dan laki-laki sudah mulai menjadi perhatian bagi masyarakat di Dukuh Kreet. Ini sebagai pijakan yang tentunya akan mempermudah tercapainya kesetaraan gender.

Kondisi ini tentu sebagai awalan yang baik untuk menggerakkan perempuan di Desa Wisata Kreet untuk lebih terlibat aktif dalam pengelolaan usaha. Dalam hal ini, mereka perempuan diharapkan tidak hanya sebagai pemilik unit usaha namun mereka mampu mengelola usaha mereka dengan manajemen yang sesuai dengan idealnya. Sebagaimana konsep dari manajemen usaha bahwa mereka mampu melakukan perencanaan, pengorganisasian, implementasi program, hingga melakukan monitoring dan evaluasi. Berdasar data temuan, terdapat beberapa persoalan seputar kapasitas manajerial pada perempuan pelaku usaha di Dukuh Kreet.

Banyak diantara mereka yang masih menjalankan bisnis dengan sekadarnya, tanpa perencanaan yang matang dan pembagian kerja yang jelas. Meskipun sudah ditemukan sebagian kecil dari mereka yang sudah mengelola unit usahanya dengan pendekatan manajemen mulai dari perencanaan, eksekusi, dan evaluasi.

Lebih jauh bahwa realitas temuan awal terkait dengan kemampuan mengakses media digital terutama komputer, kemampuan manajerial dalam pengelolaan usaha digunakan sebagai dasar dalam melakukan literasi digital. Dalam konsep difusi inovasi, bahwa adopsi untuk inovasi teknologi terjadi ketika masyarakat menyadari keberadaan dan paham akan fungsi dan kemanfaatan dari inovasi yang dihadirkan (Rogers, 2003). Dalam hal ini pembangunan yang diarahkan untuk perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik bisa dilakukan secara *bottom up*. Artinya pemimpin menjadi orang utama yang memberikan arahan kepada masyarakat menuju perubahan. Namun demikian dalam proses adopsi inovasi perlu melihat latar belakang masyarakat yang akan menerima perubahan tersebut. *Need assesment* yang dilakukan bertujuan untuk menggali persoalan yang memang dihadapi masyarakat dalam mengadopsi perubahan teknologi informasi dan komunikasi terutama dalam hal penggunaan komputer untuk menunjang aktivitas mereka. Temuannya bahwa sebagian besar dari perempuan pelaku usaha justru belum pernah menggunakan komputer karena terkendala kepemilikan infrastrukturnya.

Hal yang jauh lebih penting terkait dengan literasi digital adalah pemahaman mereka akan keberadaan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan berbagai jenis media dan kanalnya. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat keterbatasan masyarakat akan arti penting pemanfaatan media yang ada. Kecenderungan media yang mereka gunakan untuk mengakses informasi adalah handphone dan diikuti oleh komputer. Akan tetapi ketika fasilitas ini terhubung dengan jaringan internet, pelaku UMKM belum memanfaatkan secara maksimal. Mereka mengakses program seperti *facebook*, *whatsapp*, *blackberry messenger*, dan *email* terbatas untuk mengisi waktu luang untuk memperoleh hiburan. Meskipun terdapat temuan bahwa melalui jaringan sosial media ini, mereka mengakses informasi terkait dengan kerajinan kayu, kerajinan batik, namun tidak dikembangkan untuk aktivitas produktif mereka dan masih dalam jumlah terbatas dari penggunaannya. Melalui literasi digital, masyarakat tidak hanya mengenalkan media digital, secara lebih mendalam mereka mampu menyinergikan dengan kegiatan sehari-hari terutama untuk menunjang aktivitas usaha produktifnya (Potter, 2005).

Media digital Kondisi yang terbatas dalam mengakses media digital dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kurang adanya fasilitasi komputer dari pemerintah. Harapan mereka bahwa infrastruktur yang digunakan untuk mengembangkan potensi masyarakat seharusnya memperoleh support dari pemerintah namun realitasnya ketika

mereka ingin menggunakan komputer maka warga harus mengusahakannya sendiri tanpa ada subsidi dari pemerintah. Kurangnya program pelatihan yang ditawarkan oleh pemerintah. Namun sebaliknya bahwa mereka memperoleh penawaran yang sering untuk mengikuti kegiatan pameran dan pemasaran dari Dinas Koperasi & UMKM Kabupaten Bantul. Implikasinya bahwa manajemen usaha yang ada di Krebet masih cenderung bersifat manual seperti pengelolaan usaha memakai aktivitas tulis-menulis di buku besar.

Bagi sebagian pelaku usaha yang sudah mampu mengakses internet untuk pemasaran produk, mereka bisa menjalin relasi secara global. Sebagai contoh Mila, perempuan yang memiliki usaha batik kayu, dia bisa mendapatkan pesanan produk dari konsumen yang berdomisili di Amerika Serikat. Lewat *facebook* calon konsumennya melihat produk batik kayu yang dia tawarkan dan bisa memperoleh pesanan dari konsumen di Amerika Serikat dan Malaysia.

“Saya pemasaran itu lewat pameran-pameran terus handphone. Cuma karena saya gaptek ya saya tidak begitu bisa memahami internet apalagi bisnis online gitu. Saya cuma lewat BBM, WA, email, lewat facebook. Kemarin memang saya ada dapat buyer dari kenalan orang USA, Amerika Serikat. Terus saya itu pameran di Jakarta. Ya akhirnya dia itu nemuin saya juga. Itu membeli produk-produk saya untuk percobaan dulu, gitu. Mau dipasarkan di kebun binatang di Amerika sana. Ya terus kalo saya memang sekarang rutinnya baru Malaysia” (Mila, FGD 28 April 2016)

Senada dengan Mila, Retno selaku pengelola Sanggar Peni juga memanfaatkan internet untuk berkomunikasi dengan pelanggan. B akan tidak hanya lewat facebook atau whatsapp tetapi juga instagram.

Retno rutin memotret produk Sanggar Peni dan memajang di akun instagram miliknya. Komunikasi dengan pelanggan dilangsungkan di instagram tersebut.

“Sementara ini masih bantu bapak ya sebisanya aja, dalam artian mungkin pembukuannya, pemasarannya. Kalau pemasarannya mungkin ke temen-temen kuliah, kalo nggak lewat instagram. Kalau dari instagram kan sementara dulu kan akun pribadi, terus followernya banyak atau temannya banyak, jadi terus diganti jadi Sanggar Peni. Kalau untuk website masih pengembangan soalnya masih gaptek. Iya, pengen bantu-bantu, nyoba-nyobanya gitu. Jadi saya bantu bapak dalam bidang pemasaran biar lebih global lagi.” (Retno, FGD 28 April 2016)

Kedua gambaran itu hanya sebagian kecil bisa ditemukan, sehingga program literasi digital bagi masyarakat pelaku UMKM memiliki kontribusi tidak hanya pada aspek kognitif namun hingga membekali mereka pada aspek keterampilan untuk memanfaatkan media digital dalam mengembangkan usaha produktifnya.

Simpulan

Perkembangan media digital yang membawa dampak perubahan pada berbagai bidang kehidupan ini membawa konsekuensi bagi kesiapan sumber daya manusia untuk mengiringi laju perkembangannya dan dibutuhkan upaya untuk mengantisipasi dampak yang bersifat negatif. Literasi digital dilakukan sebagai upaya membangun pemahaman dalam tataran pengembangan sumber daya manusia terkait dengan pemahaman akan keberadaan media digital. Selain pada tataran aspek kognitif, upaya yang dilakukan hingga pada implementasi pemanfaatan media digital secara praktis ke arah yang positif. Kontribusi penelitian ini

berupa masukan kebijakan mengenai gerakan yang dilakukan dengan menempatkan kelompok sasaran dalam hal ini perempuan pelaku usaha sebagai subjek dalam kegiatan yang terus berjalan.

Daftar Pustaka

- 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.
- Dipta, I Wayan. (2009). *Mengangkat Peran Perempuan Pengusaha Dalam Mengatasi Pengangguran*. Jakarta: Kementerian Negara Koperasi dan UKM.
- Fakih, Mansour. (1996). *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: Wiley.
- Hartiningsih, Maria. (2003). *Gender dan Media Massa*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- 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/ehostpdfviewer/pdfviewersid=ada7be9b-c2c1-4564-b9b6-88afbd77bcdd%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4104>) Retrieved 9 Agustus 2016.
- Kress, Gunther. (2003). *Literacy in the New Media Age*. New York: Routledge.
- Potter, James W. (2005). *Media Literacy*. London: Sage Publication

Robbins, Stephen P., & Mary Coulter. (2002). *Management*, seventh edition. New Jersey: Prentice Hall.

Sukezi, Keppi. (2014). *Perempuan Pekerja Rumah Tangga di Provinsi Jawa Timur dalam Buku Gender dan Kemiskinan di Indonesia*. Malang: UB Press

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

Sukezi, Keppi. (2015). *Gender dan Kemiskinan di Indonesia*. Malang: Universitas Brawijaya (Laporan Penelitian: Unpublish)

Toffler, Alvin. (1980). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. New York: Bantam Books

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.

Sumber Lain

<http://bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1119>
. Diakses pada 9 Agustus 2016.

http://infid.org/wp-content/uploads/2015/11/FA_PANDUAN-SDGs-print-web-ok.pdf
Diakses pada 9 Agustus 2016.

<http://www.harianjogja.com/baca/2016/01/19/usaha-kecil-menengah-umkm-diy-tumbuh-hingga-10-per-tahun-682072>
. Diakses pada 9 Agustus 2016.