

Literasi Informasi dalam Mendukung Strategi Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Kecil dan Menengah

Muhamad Rasdy Gery Runtu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

E-mail: geryruntu1775@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan pengguna internet harus menjadi alasan mengapa usaha kecil dan menengah harus mencoba memanfaatkan literasi informasi dengan menggunakan strategi yang tepat, sehingga pendapatan dapat dimaksimalkan. Tujuan penelitian ini adalah agar penggunaan literasi informasi dapat mendukung strategi yang akan digunakan dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Parepare. Metodologi yang digunakan adalah Observasi, Wawancara dan Studi Sastra. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa penggunaan Literasi Informasi dalam mendukung strategi peningkatan pendapatan pelaku usaha kecil dan menengah belum terlaksana dengan baik.

Kata kunci: Literasi, Informasi, Pelaku Usaha.

I. Pendahuluan

Sering terdengar ungkapan bahwa dunia dewasa ini berada dalam era informasi dan masyarakat modern dikenal sebagai masyarakat informasional. Ungkapan demikian tidak salah dan memang demikian adanya, karena salah satu fenomena dewasa ini yang sudah mendunia dan berlangsung dengan sangat cepat adalah perkembangan serta terobosan di bidang teknologi informasi. Dalam penerapannya juga sudah sangat beragam, dengan demikian dapat disebutkan bahwa informasi sudah menyentuh berbagai aspek hidup dan kehidupan manusia, mulai dari personal, organisasi, negara bahkan pada tingkatan yang lebih tinggi yakni dunia.

Dalam pengamatan secara kasat mata menunjukkan bahwa laju perkembangan serta terobosan informasi akan terus mengalami peningkatan. Oleh sebab itu, dalam memperkirakan bagaimana kemahiran dan kehandalan manajemen pada semua organisasi bukan hal yang sulit, justru dengan adanya perkembangan informasi tersebut, setiap organisasi baik yang dikelola secara pribadi, kelompok sampai pada organisasi yang besar, dapat mengenali sejak dini berbagai dampak yang akan timbul dalam kehidupan organisasi.

Laju perkembangan sistem informasi ini mempengaruhi hampir semua kegiatan manusia, mulai dari kegiatan bekerja, bisnis bahkan dalam kegiatan sehari-hari manusia membutuhkan teknologi sebagai sumber informasi. Masyarakat yang mengolah informasi secara tradisional dalam artian tidak menggunakan sarana bermuatan teknologi informasi disebut masyarakat prainformasional, sebaliknya masyarakat yang mengolah berbagai komponen penanganan informasi dengan memanfaatkan kemajuan dan terobosan teknologi informasi disebut sebagai masyarakat informasional. (Siagian, P. Sondang, 2017: 2)

Teknologi dan informasi dalam kehidupan modern dewasa ini yang diperoleh baik melalui media cetak dan elektronik serta saluran komunikasi lainnya, telah dapat mengubah perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah pula menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas dan telah menyebabkan berbagai perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara signifikan yang

berlangsung demikian cepat. Teknologi Informasi, saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan, dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif untuk melakukan perbuatan melawan hukum. (diakses tanggal 11 Desember 2021, <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-literasi-informasi-tujuan-manfaat-jenis-dan-tahapan-literasi-informasi/>)

Dalam mendukung masyarakat informasional sebagai masyarakat yang mengolah dan menangani informasi dengan memanfaatkan kemajuan dan terobosan teknologi informasi itulah yang dikatakan “berliterasi informasi”. Literasi informasi adalah kemampuan seseorang untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dengan cara mengenali kebutuhan informasi, mencari informasi, mengetahui bagaimana cara memperoleh informasi, mengevaluasi informasi, mengorganisasikan informasi dan menggunakan informasi secara baik dan tepat. (diakses tanggal 12 Desember 2021, <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-literasi-informasi-tujuan-manfaat-jenis-dan-tahapan-literasi-informasi/>)

Literasi biasanya merujuk kepada kemampuan dan keterampilan individu yang berbasis membaca, menulis, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari sehingga literasi tidak dapat dilepaskan dalam kegiatan membaca. Pada era perkembangan saat ini, konsep baru tentang literasi bukan hanya sekedar membaca saja, akan tetapi literasi telah berkembang menjadi sebuah kemampuan untuk memanfaatkan dan menggunakan berbagai media untuk mengakses dan mengkomunikasikan berbagai informasi secara efektif.

Konsep baru tentang kegiatan Literasi Informasi itulah yang hendaknya dimanfaatkan dan digunakan dengan sebaik-baiknya oleh kelompok Usaha Kecil dan Menengah secara baik, tepat dan benar. Dalam sejarah perkembangan dan pembangunan Indonesia. Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) inilah yang telah mempunyai sejarah tersendiri di Indonesia, apalagi dengan adanya krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997, UKM telah menjadi penyelamat pemulihan ekonomi, hal ini disebabkan karena UKM tidak memiliki utang yang sumbernya dari luar negeri, sektor-sektor UKM kebanyakan berbasis industri rumah tangga yang bahan bakunya berasal dari lokal, UKM juga dianggap mampu memperluas lapangan kerja dengan memanfaatkan hubungan keluarga dan kekerabatan.

Pembangunan yang akan dilaksanakan, sedapat mungkin mengupayakan untuk terus meningkatkan peran sektor industri baik dalam skala kecil, menengah bahkan berskala besar, hal ini juga didasarkan atas adanya dukungan dan ketersediaan sumber daya keuangan dari perbankan. Usaha kecil dan menengah ini adalah sebuah jenis usaha kecil yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia dalam mencari nafkah.

Perkembangan pada kegiatan sektor ini akan berdampak pada kebutuhan hidup masyarakat karena dapat membantu masyarakat dalam mencari dan menambah sumber pendapatan keluarga. Pada sektor UKM ini, produksi rumah tangga ini telah menjadi penting bagi pengelolanya karena mereka dapat memanfaatkan beberapa keahlian yang mereka miliki satu sama lain, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan dan memperluas kemampuan mereka dalam mencari dan mengidentifikasi apa yang dibutuhkan masyarakat dan pada akhirnya membawa produksi yang mereka hasilkan ke pasar.

Literasi Informasi sangat diperlukan dalam menghadapi kemajuan dan perkembangan teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini. Kelompok UKM harus mampu mengikuti perkembangan yang ada sesuai dengan kebutuhan, termasuk didalamnya bagaimana literasi informasi tersebut dapat memberi dukungan dalam meningkatkan pendapatan bukan hanya dari sisi usaha yang dijalankan, akan tetapi pendapatan yang dihasilkan juga mampu membiayai segala kebutuhan hidup. Oleh karena itu, dalam mengolah serta mengelola informasi, sangat dibutuhkan adanya Strategi agar informasi yang diperoleh melalui Literasi

Informasi dapat dan benar-benar bermanfaat untuk menunjang kegiatan usaha yang dilakukan.

Tidak semua orang dan kelompok yang terdapat dalam suatu organisasi memerlukan informasi yang sama, misalnya kelompok yang menangani kegiatan produksi tentu memerlukan informasi yang berbeda dengan kelompok yang melakukan kegiatan lain. (Sondang P. Siagian, 2017: 17) Oleh sebab itu, dibutuhkan adanya strategi dalam menerima, mengolah dan mengelola setiap informasi yang diterima. Dengan menerapkan strategi berarti akan diketahui sumber informasi itu, kepada siapa informasi itu akan ditujukan serta untuk kepentingan apa, dengan kata lain kemampuan memilih dan menggunakan informasi menjadi bagian yang penting dalam literasi informasi.

Kemampuan dalam memilih dan menggunakan informasi yang diterima menjadi bagian dari seleksi informasi, hal ini penting agar (a) hanya informasi yang relevan dengan tugas dan pekerjaan yang dilakukan, (b) dengan informasi yang diterima, biaya dapat ditekan, (c) pengguna tidak ada biaya untuk pemeliharaan yang sesungguhnya tidak diperlukan. (Sondang P. Siagian, 2017: 17)

Dengan kemampuan literasi informasi yang mencakup kemampuan dalam mencari, menggunakan dan mengevaluasi informasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien, maka diharapkan para pelaku UKM yang ada di Parepare, dapat dengan benar menggunakan serta memanfaatkan informasi yang diterima dengan menerapkan strategi, sehingga dengan strategi yang digunakan dalam mengolah informasi yang diterima dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku UKM yang ada di Kota Parepare.

Namun demikian untuk meningkatkan kemampuan literasi para pelaku UKM, bukanlah hal yang mudah, karena keberagaman latar belakang dan tingkat pendidikan yang tidak merata di antara mereka. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi agar kemampuan penggunaan informasi para pelaku UKM dapat dikembangkan sesuai kebutuhan untuk mendukung kelancaran kegiatan usaha yang mereka geluti, seperti merencanakan program sosialisasi, program peningkatan pengetahuan melalui bimbingan serta pendampingan dan kegiatan lainnya. Peningkatan literasi informasi dapat dilaksanakan melalui pembinaan terstruktur dari instansi Pemerintah Kota Parepare yang mempunyai kewenangan untuk hal itu dengan a) peningkatan pengetahuan literasi informasi, b) memberdayakan para pelaku UKM agar dapat menjalankan usahanya dengan baik sehingga terjadi peningkatan pendapatan, c) membantu para pelaku UKM untuk dapat mengakses informasi secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhannya..

II. Tinjauan Teori

A. Literasi Informasi

Literasi dewasa ini bukan lagi sebagai hal sekedar membaca dan menulis, akan tetapi konsep Literasi sudah jauh berubah mengikuti perkembangan jaman, di tahun 1945 betul konsep literasi itu hanya kemampuan dan keterampilan individu mengenal huruf, mengenal kata, mengenal kalimat hal ini disebabkan karna bangsa Indonesia saat itu masih banyak yang mengalami Buta Huruf, akan tetapi saat ini Literasi berubah makna dan fungsi yaitu kemampuan dan keterampilan memahami makna setiap kalimat, penguasaan sains dan teknologi sehingga mampu menciptakan barang dan jasa (Syarif Bando : 2021).

Literasi melibatkan berbagai unsur, salah satunya adalah unsur manusia karena manusia dalam aspek ruang dan waktu, akan berbeda dengan manusia di ruang dan waktu yang lain hal ini disebabkan tidak ada seorang manusiapun yang sama. (Pawit M. Yusuf, 2009: 5) Manusia yang sama pada suatu saat di suatu tempat akan berbeda dalam banyak hal jika berada di suatu saat dan suatu tempat. Olehnya itu peran dan kedudukan manusia akan

sangat menentukan dalam proses dan pengelolaan informasi, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan organisasi secara luas.

Secara umum, informasi dapat dibedakan atas dua jenis yakni informasi lisan dan informasi yang terekam (tertulis, tercetak, gambar, video, film). Sebuah fenomena, kejadian atau peristiwa yang dialami oleh manusia merupakan sumber informasi. Berdasarkan besar dan banyaknya informasi yang ada di alam ini, hanya sebagian kecil saja yang berhasil dirasakan, didengar, dilihat dan direkam oleh manusia. (Pawit M. Yusuf, 2009: 12) Informasi yang hanya bisa dirasakan, didengar dan dilihat itu susah untuk diolah karena ia menjurus kepada jenis informasi lisan. Informasi lisan ini, jumlahnya sangat banyak. Jenis informasi lain selain lisan adalah informasi yang terekam, Informasi yang terekam ini yang dapat dikembangkan menjadi komoditas yang banyak dicari dan dimanfaatkan oleh manusia sesuai dengan kepentingannya. Olehnya itu dapatlah dikatakan bahwa Informasi dalam kehidupan sehari-hari telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia.

Di era modernisasi saat ini, informasi telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan telah memasuki berbagai aspek kehidupan manusia. Kebutuhan Informasi merupakan suatu keadaan yang terjadi dimana seseorang merasa ada kekosongan informasi atau pengetahuan sebagai akibat tugas atau sekedar ingin tahu. Kekurangan ini perlu dipenuhi dengan informasi baru sesuai dengan kebutuhannya. (Pawit M. Yusuf, 2009: 10)

Literasi akan Informasi bagi setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda, tergantung kondisi akan kebutuhan dan akan digunakan untuk hal apa, kondisi ini didasarkan pada kondisi lingkungan, tingkat intelektualitas, pekerjaan, serta luasnya informasi yang beredar saat ini. Tanpa informasi manusia tidak dapat berperan banyak dengan lingkungannya. Semua kegiatan membutuhkan informasi yang tepat supaya arah kegiatan ini dapat dikendalikan dengan baik sesuai dengan tujuan dan pengelolaan yang bersangkutan. (Pawit M. Yusuf, 2009: 80)

Untuk mewujudkan berbagai macam literasi informasi yang diterima oleh setiap individu, maka diperlukan strategi dalam mengembangkan kemampuan dan kebutuhan berliterasi agar hasil yang diperoleh dapat maksimal dalam mendukung segala program dan kegiatan yang dilaksanakan. Setiap manusia mempunyai kebutuhan akan informasi, kebutuhan akan informasi ini sangat diperlukan, alasannya adalah untuk memenuhi hasrat kebutuhan hidup. Sumber-sumber informasi tersebut ada banyak jenisnya, ada buku, majalah, surat kabar, radio, televisi dan saluran informasi lainnya. Pemilihan akan sumber informasi tersebut dipengaruhi oleh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pemakai. Menurut Pawit M. Yusuf (2009: 12) Sumber-sumber informasi dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis yaitu:

- a. Sumber Informasi Primer, sumber ini menyajikan data dari dokumen asli dan dalam bentuk yang paling sederhana, sumber informasi ini adalah informasi yang muncul pertama.
- b. Sumber Informasi Sekunder, sumber informasi sekunder menyediakan informasi yang diproses dengan bahan sumber informasi primer, seperti tafsiran pada sumber informasi primer.
- c. Sumber Informasi Tersier, sumber informasi tersier berisi informasi hasil penempatan dan pengumpulan sumber informasi primer dan sekunder.

B. Strategi

Terlintas dalam pikiran kita kata Strategi itu apa? Strategi secara umum dapat dikatakan cara yang dilakukan atau upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Perumusan

strategi seringkali ditunjukkan sebagai perencanaan strategis untuk jangka panjang. Agar strategi bisa berjalan dengan baik, diperlukan adanya beberapa analisis yang harus dilakukan yakni analisis terhadap Faktor Eksternal dan Faktor Internal. Faktor Eksternal meliputi apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sedangkan faktor eksternal yaitu bagaimana peluang dan ancaman yang akan dihadapi dalam menjalankan suatu jenis usaha. (David Hungger & Thomas, 2007: 192)

Salah satu faktor penentu dalam mengelola strategi pelaku UKM adalah dengan menguasai teknologi informasi. Kemajuan teknologi informasi saat ini adalah sesuatu yang sudah tidak pernah dipikirkan akan terjadi dimana kemajuan teknologi tersebut sudah menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dimana dan kapan saja segala bentuk informasi dapat diterima.

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat dan penuh dengan persaingan, penerapan dan penguasaan teknologi informasi akan sangat membantu dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi faktor-faktor produksi yang meliputi tenaga kerja, modal, dan sumber daya lainnya, dan meningkatkan penggunaan input produksi dalam produksi.

Oleh sebab itu, salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan organisasi baik bisnis maupun non bisnis adalah dengan menerapkan dan menguasai teknologi informasi. Sistem Teknologi Informasi tersebut memberikan lima peran utama di dalam organisasi apapun bentuk organisasi tersebut yaitu untuk: efisiensi, efektifitas, komunikasi, kolaborasi dan kompetitif. (Jogiyanto, 2009: 18)

Teknologi Informasi biasa disebut TI, IT atau **infotech**, menurut Haag dan Keen (1996) mengatakan bahwa teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Williams dan Sawyer (2003) mengatakan bahwa teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan computer dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video. (Abdul Kadir, 2005: 2)

Dari kedua definisi tersebut di atas terlihat bahwa teknologi informasi baik secara implisit maupun eksplisit tidak sekedar teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi telekomunikasi, dengan kata lain teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dengan teknologi komunikasi.

Penerapan strategi teknologi informasi ini adalah bidang yang banyak digunakan UKM untuk menghadapi berbagai macam tantangan dalam dunia usaha, dimana teknologi informasi ini dapat digunakan melalui teknologi berbasis web, android maupun dengan system IOS. Penerapan strategi ini dapat mengurangi pengeluaran untuk membiayai kegiatan operasional, juga meningkatkan mutu layanan kepada konsumen, meningkatkan respon pelaku usaha antara produsen dan konsumen, produsen dan pemasok serta dapat meningkatkan kecerdasan pasar.

Kemampuan berliterasi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang meliputi kegiatan antara lain browsing di internet, kemampuan dalam memahami dan menggunakan aplikasi berbagai media untuk melakukan pemasaran online dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan usaha yang dimiliki oleh pelaku UKM. Melalui literasi informasi, pelaku usaha tidak hanya mengenal media digital saja, akan tetapi secara lebih mendalam mereka dapat mensinergikan segala aktifitas yang mereka lakukan setiap hari terutama dalam menunjang kegiatan usaha yang mereka jalankan.

Kegiatan promosi usaha dan pemasaran akan produk yang mereka hasilkan melalui media digital dengan memanfaatkan teknologi informasi, akan memberikan keuntungan bagi usaha yang mereka jalankan. Sehingga literasi informasi yang diperoleh dapat menjadi sebuah strategi dalam menjalankan usaha yang dikerjakan memiliki pengaruh yang baik untuk meningkatkan pendapatan. (Eka Khusniatuz Zahro, 2020)

III. Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Parepare dengan menggunakan desain penelitian adalah deskriptif kualitatif yakni desain penelitian yang disusun dalam rangka memberi gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik warung kopi berskala kecil dan menengah yang ada di Kota Parepare sebanyak (308 pemilik) , yang mana Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Mengingat jumlah populasi cukup besar maka peneliti menetapkan 30 orang untuk dijadikan sampel. Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampling yang akan dijadikan responden adalah Sample Acak sederhana yakni proses memilih satuan sampling sedemikian rupa sehingga setiap satuan sampling dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk terpilih ke dalam sampel.

Data yang digunakan dalam penilitan ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk metode pengumpulan data digunakan teknik wawancara, wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan trust sebagai landasan utama dalam proses memahami. Tehnik lain yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah Observasi yaitu suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk mencari data yang dapat digunakan dalam memberikan kesimpulan atau diagnosis. Untuk mendukung perolehan dan analisis data, maka dibutuhkan sumber data lain dari informan yang dianggap mampu memberikan penjelasan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

IV. Hasil dan Analisis

Menjadi pribadi seorang wirausaha membutuhkan beberapa kesiapan dalam diri setiap individu yakni kemampuan berpikir, berani mengambil resiko, mempunyai jiwa kepemimpinan, cepat dan tanggap menyelesaikan masalah, memiliki pandangan yang positif dan tidak mudah bosan. Untuk menjadi pribadi yang demikian diperlukan kemampuan berliterasi dengan baik, sehingga terjadi proses transfer ilmu pengetahuan, peningkatan kecakapan serta peningkatan keterampilan.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di berbagai bidang telah meningkatkan jumlah informasi yang dihasilkan, yang dikemas dalam berbagai bentuk dan dapat diakses dengan mudah dan cepat. Dengan memiliki keterampilan terhadap teknologi informasi, memungkinkan seseorang untuk mengakses berbagai macam informasi dengan menggunakan beberapa media antara lain personal komputer, smartphone dan teknologi lainnya. Olehnya itu, literasi informasi memiliki kaitan dengan teknologi informasi

Terkait dengan pemanfaatan teknologi oleh para pelaku UKM di Parepare, akan digambarkan melalui tabel di bawah ini yaitu :

Tabel 1
Kemampuan Pelaku UKM dalam menggunakan Alat Teknologi Informasi

Sumber Informasi	Sangat Mampu	Mampu	Cukup Mampu	Kurang Mampu	Tidak Mampu
Komputer	17	13	-	-	-
HP	15	10	5	-	-
Tablet	14	19	7	-	-

Hasil wawancara dengan responden, tanggal 18 Oktober 2021

Berdasarkan data pada Tabel 1 tersebut di atas, responden yang sangat mampu menggunakan Komputer dalam mengakses informasi terdapat 17 orang, mampu 13 orang. Untuk penggunaan HP, terdapat 15 orang yang sangat mampu, 10 orang yang mampu dan 5 orang yang cukup mampu. Sedangkan penggunaan Tablet terdapat 14 orang yang sangat mampu, 19 orang mampu dan 7 orang cukup mampu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaku UKM yang ada di Parepare dianggap mampu memanfaatkan teknologi baik melalui Personal Komputer, HP Smartphone maupun Tablet dalam memperoleh dan mengolah informasi yang mereka cari dan dapatkan terkait dengan jenis usaha yang mereka lakukan.

Hal yang penting terkait dengan literasi informasi ini adalah bagaimana pemahaman para pelaku UKM mengetahui perkembangan teknologi informasi dengan berbagai jenis media dan kanalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media teknologi informasi tidak mengalami hambatan dan keterbatasan bagi pelaku UKM, mereka mampu menggunakan dan memanfaatkan sarana teknologi yang ada. Mereka mengakses aplikasi seperti facebook, whatsapp, messenger, dan media sosial lainnya untuk mencari informasi serta memanfaatkan informasi dengan baik sesuai kebutuhan mereka. Melalui literasi informasi para pelaku UKM tidak hanya mengenalkan media teknologi informasi yang ada, akan tetapi mereka mampu mensinergikan dengan kegiatan sehari-hari terutama untuk menunjang aktivitas usaha yang dilakukan.

Tabel 2

Kemampuan dalam menerima dan mengolah Informasi dari Sumber Informasi Lain

Sumber Informasi	Sangat Mampu	Mampu	Cukup Mampu	Kurang Mampu	Tidak Mampu
Televisi	22	8	-	-	-
Radio	-	-	-	-	-
Surat Kabar	13	11	6	-	-

Hasil wawancara dengan responden, tanggal 18 Oktober 2021

Dari tabel 2 tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa responden mencari dan mendapatkan informasi dengan memanfaatkan sumber informasi lain seperti Televisi, Radio dan Surat Kabar, dimana terdapat 22 orang yang sangat mampu mendapatkan informasi dan mengelola informasi terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pelaku UKM. Terdapat 22 orang yang sangat mampu dan 8 orang yang mampu. Untuk media Surat Kabar, terdapat 13 orang yang sangat mampu, 11 orang yang mampu dan 6 orang yang cukup mampu. Sedangkan melalui media Radio tidak ada yang memanfaatkan.

Pemanfaatan media informasi ini yakni Televisi, Radio dan Surat Kabar merupakan inisiatif dari peneliti, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui upaya lain yang dilakukan oleh pelaku UKM dalam mencari, mengolah serta memanfaatkan sumber informasi lain dalam mendukung aktifitas usaha yang mereka lakukan.

Dalam setiap organisasi bisnis selalu terdapat berbagai bidang fungsi yang harus dikelola dalam rangka pencapaian tujuan, sasaran, strategi, rencana dan program kerja suatu perusahaan. Berdasarkan kedua tabel tersebut di atas yakni Tabel 1 dan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa fungsi pemanfaatan informasi dapat digunakan dalam menetapkan tujuan serta strategi pemasaran yang akan dilakukan. Kebutuhan informasi serta literasi informasi juga mempunyai hubungan yang erat dimana kebutuhan informasi dengan media sumber informasi yang dibutuhkan oleh pelaku UKM dijadikan rujukan dalam aktifitas usaha yang mereka lakukan. Hal tersebut juga menegaskan bahwa Literasi Informasi telah dilakukan oleh pelaku UKM yang ada di Parepare.

Kemampuan individu untuk bisa mengakses informasi di era digital merupakan hal penting, kemampuan dimaksud adalah kemampuan dalam menggunakan teknologi dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Literasi Informasi yang diperoleh dalam menjalankan usaha, akan sangat membantu pelaku UKM yang ada di Parepare dalam menjalankan dan mengembangkan usaha yang mereka miliki.

Tabel selanjutnya akan memberi gambaran tentang strategi yang dilakukan oleh pelaku UKM yang ada di Parepare dalam literasi informasi yang mereka lakukan sebagai berikut :

Tabel 3

Kemampuan Dalam Menetapkan Strategi Penjualan Atas Informasi Yang Didapatkan

Sangat Mampu	Mampu	Cukup Mampu	Kurang Mampu	Tidak Mampu
19	9	2	-	-

Hasil wawancara dengan responden, tanggal 18 Oktober 2021

Berdasarkan data pada Tabel 3 tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa terdapat 19 orang yang sangat mampu menetapkan strategi penjualan, 9 orang yang mampu dan cukup mampu terdapat 2 orang. Dari gambaran data tersebut, maka dapat dikatakan bahwa ada keterkaitan antara sumber informasi yang diperoleh dengan strategi yang akan dilakukan dalam mempromosikan hasil usaha atau aktifitas usaha yang dilakukan oleh pelaku UKM. Keseluruhan upaya pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi memerlukan strategi yang mantap dan jelas. Penetapan strategi walaupun sederhana melalui pemanfaatan teknologi informasi akan sangat membantu pelaku UKM dalam mengembangkan usaha yang dilakukan karena dengan pemanfaatan teknologi informasi tersebut, pelaku UKM dapat mempromosikan aktifitas, usaha dan produk yang mereka hasilkan.

Identifikasi produk, harga, tempat, dan unsur pemasaran lainnya dikenal dengan istilah Marketing mix yaitu istilah yang erat dengan masalah bisnis dan pemasaran. Bagi para pelaku usaha, memahami konsep bauran ini akan membantu meningkatkan keefektifan proses pemasaran yang dilakukan. Marketing mix adalah sebuah konsep dalam dunia pemasaran yang terdiri dari berbagai unsur di dalamnya. Teori ini seringkali dijadikan strategi perusahaan untuk memastikan apakah unsur yang ada sudah sesuai untuk memaksimalkan nilai penjualan.

Salah satu proses manajemen yang penting dalam sebuah perusahaan adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Pengembangan strategi yang benar memerlukan bauran disiplin dan fleksibel. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi tetapi juga harus menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya.

Tabel berikut akan memberi gambaran strategi yang dilakukan oleh pelaku UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai hasil dari literasi informasi yang mereka dapatkan, sebagai berikut :

Tabel 4
Strategi Marketing Mix yang dilakukan para pelaku UKM di Parepare

Strategi Yang Dilakukan	Sangat Sesuai	Sesuai	Cukup Sesuai	Kurang Sesuai	Tidak Sesuai
Produk	25	5	-	-	-
Harga	27	3	-	-	-
Tempat	10	12	4	4	-
Promosi	22	8	-	-	-

Hasil wawancara dengan responden, tanggal 18 Oktober 2021

Berdasar data pada tabel tersebut di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut, bahwa pelaku UKM dalam menerapkan Strategi Produk dalam usaha yang digeluti terdapat 25 orang yang memberi jawaban sangat sesuai dan terdapat 5 orang yang menjawab sesuai. Strategi harga terdapat 27 orang yang memberi jawaban sangat sesuai serta 3 orang yang memberi jawaban sesuai. Strategi tempat, terdapat 10 orang yang memberi jawaban sangat sesuai, 12 orang yang memberi jawaban sesuai, 4 orang yang memberi jawaban cukup sesuai dan 4 orang yang memberi jawaban kurang sesuai.

Berdasarkan data tersebut maka dapat dijelaskan bahwa marketing mix sudah dipahami oleh pelaku UKM, hal ini menunjukkan bahwa strategi yang telah dibangun dan diterapkan oleh pelaku UKM sudah sangat tepat dalam mengembangkan usaha yang ditekuni. Strategi-strategi yang dijalankan tersebut telah meningkatkan aktifitas usaha yang mereka lakukan. Dari sisi produk para pelaku UKM faham dan mengerti produk apa yang konsumen mereka butuhkan, demikian pula dari sisi harga, harga yang pelaku UKM tetapkan sangat terjangkau bagi konsumen bahkan ada perbedaan yang sangat rendah diantara pelaku UKM. Dari strategi tempat, para pelaku UKM faham betul bahwa titik lokasi usaha akan sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha yang mereka jalankan, tempat atau lokasi memiliki keuntungan tersendiri. Dari sisi promosi juga para pelaku UKM telah melakukan kegiatan promosi, promosi ini dilakukan dengan berbagai cara yakni melalui iklan Media Sosial, Iklan Televisi (bekerjasama dengan TV lokal), juga memanfaatkan media Radio. Promosi lain yang dilakukan beberapa pelaku UKM adalah menyediakan brosur serta panplet, iklan menu dan fasilitas yang mereka miliki, serta ada penerapan diskon pada hari tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi marketing mix telah difahami dan dijalankan dengan baik oleh pelaku UKM, hal ini berkorelasi

positif dengan literasi informasi yang telah mereka fahami, bahwa dengan memanfaatkan media informasi akan sangat membantu kegiatan usaha yang mereka lakukan yang berujung kepada kepuasan pelanggan atau konsumen.

Setiap usaha tentunya berharap ada pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari hasil usaha yang dilakukan. Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul akibat aktivitas perusahaan selama satu periode hasil penjualan perusahaan. sesuatu yang penting, karena tanpa pendapatan tidak akan mungkin akan mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini adalah selisih antara biaya dan belanja yang diperoleh dalam suatu periode tertentu.

Untuk mengetahui jumlah keuntungan yang diperoleh maka harus mengkalkulasikan antara jumlah pendapatan dengan berapa jumlah biaya yang dikeluarkan untuk biaya produksi tersebut sehingga kita bisa mengetahui berapa keuntungan bersih atau pendapatan bersih yang dihasilkahn dari produk atau benda yang dihasilkan.

Tabel berikut menunjukkan perolehan keuntungan para pelaku UKM yang ada di Parepare seperti nampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 5

Pendapatan pelaku UKM di Kota Parepare selama dua periode

Periode	3 – 5 (dalam juta)	≥ 5 – 10 (dalam juta)	≥ 10 – 20 (dalam juta)	≥ 20 juta
2020	18	12	-	-
2021	5	15	7	3

Hasil wawancara dengan responden, tanggal 18 Oktober 2021

Berdasarkan data pada Tabel 5 tersebut di atas, menunjukkan bahwa perolehan keuntungan selama periode tahun 2020 yang memiliki keuntung 3-5 juta terdapat 18 orang, keuntungan 5 – 10 juta terdapat 12 orang. Untuk Tahun 2021, ada peningkatan penerimaan keuntungan 3-5 juta terdapat 5 orang, keuntungan 5-10 juta terdapat 15 orang, keuntungan 10-20 juta terdapat 7 orang dan dia atas 20 juta terdapat 3 orang.

Berdasarkan perolehan data tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut, bahwa kondisi tersebut dipengaruhi oleh situasi penyebaran covid 19 yang melanda seluruh bagian belahan bumi termasuk di Kota Parepare. Rata-rata keuntungan itu juga diperoleh dari hasil penjualan pengantaran pesanan melalui pesan antar. Pesan antar ini merupakan hasil dari pengembangan promosi layanan yang dilakukan oleh pelaku UKM, sehingga ada pemasukan yang mereka peroleh, dimana kebijakan penanganan covid di Parepare untuk tahun 2020, tidak diperkenankan untuk membuka tempat usaha karena akan menimbulkan kerumunan.

Untuk kondisi di tahun 2021, sedikit membaik karena telah ada pelonggaran yang diberikan bagi para pelaku UKM kecuali pada bulan Juni – Agustus 2021 yang penyebabnya adalah kasus covid memuncak kembali. Dari perolehan data pada Tabel 5 tersebut menunjukkan adanya kenaikan perolehan keuntungan dimana terdapat 5 orang yang memperoleh keuntungan 3-5 juta, 15 orang yang memperoleh keuntungan

5-10 juta, 7 orang yang memperoleh keuntungan 10-20 juta dan 3 orang yang memperoleh keuntungan di atas 20 juta.

Keuntungan-keuntungan yang diperoleh tersebut adalah hasil dari memanfaatkan media teknologi informasi yang dalam bentuk Whatsup, Massenger, Facebook, Instragram. Sistem yang dipake adalah pemesanan secara online dan hasil pesanan dimaksud diantar via kurir, grab food atau gojek yang sudah ada di Parepare. Sehingga dapatlah dikatakan bahwa literasi informasi sngat berguna dan penting artinya dalam menjalankan aktifitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UKM.

Senada dengan hasil capaian tersebut, berdasarkan sumber informasi yang peneliti peroleh dari Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare bahwa para pelaku UKM juga telah mendapatkan bimbingan dan pelatihan dengan menggunakan beberapa aplikasi marketing online (pemasaran online) yang diselenggarakan baik secara virtual melalui zoom atau bimbingan teknis yang diselenggarakan secara tatap muka.

Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan Kepala Dinas Informasi dan Komunikasi Kota Parepare, bahwa mereka juga telah memberikan bimbingan dan pelatihan “ bengkel informasi ” kepada pelaku UKM dalam menjalankan usaha, Melalui kegiatan bengkel informasi tersebut, pelaku UKM diberikan pelatihan bagaimana membuat iklan, bagaimana mengemas produk serta cara melakukan promosi

V. Kesimpulan

1. Literasi Informasi sangat bermanfaat dalam menunjang kegiatan usaha yang dilakukan para pelaku UKM, dimana terdapat keterkaitan yang erat akan kebutuhan informasi dengan jenis usaha yang dilakukan. Literasi Informasi saat ini bukan hanya sekedar membaca informasi, tetapi konsep literasi informasi sudah mengalami pergeseran paradigma yakni merujuk kepada kemampuan dan keterampilan individu yang berbasis membaca, menulis, menghitung dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat dua hal penting untuk mengetahui gambaran kompetensi literasi informasi tersebut yakni kemampuan mencari sumber informasi serta kemampuan dalam mengolah serta memanfaatkan informasi.
2. Para pelaku UKM di Kota Parepare telah menetapkan strategi dalam memasarkan hasil usaha mereka dengan menerapkan marketing mix secara, yaitu penetapan produk, harga, penetapan lokasi serta promosi, hal ini ditunjang dengan adanya peningkatan pendapatan berupa selisih antara pengeluaran dalam menghasilkan barang dan pendapatan yang mereka peroleh selama dua tahun periode.

Berdasarkan kedua hal tersebut maka dapat dinyatakan dengan tegas bahwa Literasi Informasi sangat bermanfaat dalam menunjang pendapatan para pelaku UKM yang ada di Kota Parepare.

Referensi

Abdul Kadir, Pengenalan Teknologi Informasi, Andi Offset, 2005, Jogjakarta.

David Hungger & Thomas, Manajemen Strategis, Andi Offset, 2007, Jogjakarta.

David Hungger & Thomas, Manajemen Strategis, Andi, Jogjakarta, 2007

Zahro, E. K. (2020). Digital Literacy Skill dalam Upaya Peningkatan Laba Usaha pada Kalangan Pelaku Usaha Kecil di Kota Surabaya. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 11(2), 81-95.

Herdiansyah, Haris, Wawancara, Observasi dan Focus Group, 2013, Cet. 1, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Jogiyanto, Sistem Teknologi Informasi, Andi Offset, 2009

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, 2009, Edisi 13, PT. Erlangga, Jakarta.

Kuswadi, MBA, Ir, Memahami Rasio-Rasio Keuangan Bagi Orang Awam, 2006, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sanusi, Anwar, Metodologi Penelitian Bisnis, 2011, Salemba Empat, Jakarta.

Siagian, P. Sondang, Sistem Informasi Manajemen, 2017, edisi 2, cet kelima, Bumi Aksara, Jakarta.

Syarif Bando, Webinar MIPI, Membangun Indonesia Berkelas Dunia, 2021

Yusuf M. Pawit. Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan, Bumi Aksara, 2009, Jakarta.

Yusuf M. Pawit.. Teori dan Praktis Penelusran Informasi: Informasi Interval, Media Group, 2004, Jakarta.

<https://www.e-journal.unair.ac.id/palimpsest/article/view/24198/13155>

<https://www.info.populix.co/post/marketing-mix/>

<https://www.pelajaran.co.id/pengertian-literasi-informasi-tujuan-manfaat-jenis-dan-tahapan-literasi-informasi/>