



EDUKASI LITERASI DIGITAL : PENDAMPINGAN TRANSFORMASI DIGITAL PELAKU UMKM SUKABUMI PAKIDULAN

Oleh

Teddy Setiawan¹, Dwinanto Priyo Susetyo², Eka Pranajaya³

^{1,3}STMIK Al Fath Sukabumi Jawa Barat

²STIE Pasim Sukabumi Jawa Barat

E-mail: ¹ teddysetiawan185@gmail.com, ² dwi4education@gmail.com,

³ pranajaya2602@gmail.com

Article History:

Received: 04-10-2021

Revised: 19-11-2021

Accepted: 28-11-2021

Keywords:

Education, digital Literacy, &
MSMEs Transformation

Abstract: *The urgency of encouraging MSMEs to transform from conventional to digital businesses using various digital platforms is increasingly urgent because digital technology continues to develop rapidly. The problem that occurs today is that literacy and ability in the digital field are not evenly distributed so that there are still many MSME actors who have not been able to use digital technology to the fullest. The digital literacy gap of MSME actors in Sukabumi Pakidulan allows academics to provide assistance, education and training on a regular basis. The method of implementing this PKM activity refers to the results of direct observations that have been carried out by the service team at the community service location. The increased understanding and ability of participants in the field of digital literacy has provided additional broader insights about the online market network even though they are new to social media. the ability to do online marketing through social media can open their awareness and courage to venture into digital eCommerce platforms and marketplaces, including transactions and financing carried out by fintech, and so on to support their marketing activities that are more developed and upscale.*

PENDAHULUAN

Pada era modern ini, kemajuan teknologi terus menggerus dan melindas zaman. Kemajuan teknologi telah memberikan dampak pada aspek kehidupan manusia dalam menjalin komunikasi dan berinteraksi satu sama lainnya. Dampak tersebut dapat dilihat kemudahan dalam mengakses berbagai informasi dan berinteraksi dengan layanan publik hingga bekerja dari rumah, mulai dari berkolaborasi dengan rekanan bisnis dan berkomunikasi dengan teman, hingga memberikan kebebasan akses informasi secara cepat. Perkembangan teknologi informasi mengisyaratkan setiap orang untuk memiliki kemampuan dasar berkaitan dengan konsep digital. Kemampuan mencari sumber informasi yang bisa dipertanggungjawabkan menjadi sangat penting ditengah percepatan teknologi



digital saat ini. Literasi digital merupakan kemampuan dan keterampilan yang diperlukan untuk bisa mengakses, menganalisis, mencipta, melakukan refleksi, dan bertindak menggunakan beraneka ragam perangkat digital, berbagai bentuk ekspresi, dan strategi dalam komunikasi.¹

Kemajuan teknologi digital telah memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia karena mampu mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, menjadikan semua ruang menjadi dekat tanpa sekat-sekat pembatas sehingga seolah-olah tidak ada penghalang antara satu tempat dengan tempat lainnya. Hadirnya jasa transportasi *online*, jual beli secara *online*, pembelajaran jarak jauh, bisnis digital dengan menggunakan berbagai *platform* dan *marketplace*, dan sebagainya merupakan bukti betapa besarnya manfaat dari kemajuan teknologi digital bagi kehidupan manusia di segala aspek.²

Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital memberi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dalam pengembangan UMKM. Bahkan media sosial menjadi pintu pembuka usaha UMKM untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk sekaligus menciptakan pemasaran baru. Media sosial adalah tipe baru media online berdasarkan transmisi sinyal digital secara *real time* yang mampu mempromosikan komunikasi antarpribadi melalui komunikasi interpersonal dan informasi massa.³ Media sosial paling sering digunakan oleh masyarakat pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran secara *online*, sebagai langkah awal untuk melakukan transformasi digital mengingat bahwa media ini memungkinkan semua individu dapat mengaksesnya secara mudah dan sederhana.

Seiring dengan perkembangan usaha pelaku UMKM untuk tujuan jangka panjang dan memiliki jangkauan market lebih global, terkadang media sosial akan menjadi kurang relevan lagi digunakan sebagai media pemasaran digital, sehingga hal ini akan menjadi sebuah kesadaran untuk mulai masuk berbagai *platform* digital *eCommercial* dan *marketplace* dan sekaligus menjadi urgensi pelaku UMKM untuk memulainya guna meningkatkan kepercayaan dan jaringan yang lebih luas. Keadaan inilah yang memotivasi pelaku UMKM untuk lebih *insight* dan naik kelas, ditambah lagi bahwa saat ini kondisi ekonomi masih tahap pemulihan pasca pandemi *Coronavirus Disease-19* (COVID-19) yang telah membatasi aktivitas sosial dan mobilitas masyarakat secara *offline* mengakibatkan terjadinya perubahan perilaku dan konsumsi dan cara berbelanja sehingga efektifitas *eCommerce* pelaku UMKM untuk terus tumbuh dan berkembang. Menkop Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Teten Masduki, dikutip pada harian CNN Indonesia (Selasa, 28/04/2020),⁴ menyampaikan bahwa transaksi online produk IKM naik 350 persen saat terjadinya wabah Covid-19, yang menunjukkan proses bisnis menggunakan *eCommerce* maktet *online* di masa

¹ Yentri Anggeraini and others, 'Literasi Digital: Dampak Dan Tantangan Dalam Pembelajaran Bahasa', in *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, 2019, II, 386–89 <<https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/download/313/342>>.

² Atep Sujana and Dewi Rachmatin, 'Literasi Digital Abad 21 Bagi Mahasiswa PGSD: Apa, Mengapa, Dan Bagaimana', in *Current Research in Education: Conference Series Journal*, 2019, I, 3–13.

³ Han Shen and Geoffrey Wall, 'Social Media, Space and Leisure in Small Cities', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26.2 (2021), 73–80 <<https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>>.

⁴ CNN Indonesia, 'Transaksi Online Produk UMKM Naik 350 Persen Saat Corona', *CNN Indonesia: Berita Ekonomi Dan Bisnis*, 2020 <<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200428194546-92-498232/transaksi-online-produk-umkm-naik-350-persen-saat-corona>> [accessed 29 September 2021].



pandemic cukup efektif. Oleh karena itu, para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produksinya secara *online* melalui *marketplace*.

Kondisi di atas menunjukkan urgensi dorongan UMKM untuk melakukan transformasi dari konvensional ke digital bisnis dengan menggunakan berbagai *platform* digital. Permasalahannya ada belum meratanya literasi dan kemampuan di bidang digital sehingga masih banyak pelaku UMKM belum mampu menggunakan teknologi digital secara maksimal. Pelaku UMKM sangat perlu untuk dapat meningkatkan literasi digital agar mampu memaksimalkan media digital untuk dapat mengembangkan usahanya. Literasi digital perlu ditumbuhkan agar pelaku UMKM tidak hanya memasarkan produk, tapi juga menjadi tuan rumah di negeri sendiri.⁵ Literasi berhubungan dengan semua orang, tua maupun muda, pelaku usaha maupun individu bukan pelaku usaha, di perkotaan maupun dipedesaan yang berlangsung sepanjang masa. literasi secara umum mencakup kemampuan untuk membaca, memahami dan menghargai secara kritis berbagai bentuk komunikasi termasuk bahasa lisan, teks tercetak, media penyiaran, dan media digital.⁶ Sementara, literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam memperoleh informasi dan mengkomunikasikannya kepada pihak yang membutuhkan sehingga menjadi bermanfaat bagi dirinya maupun bagi penerimanya.

Literasi digital menjadi hal krusial di Era industri 4.0 sebab kemampuan menguasai teknologi informasi merupakan elemen penting bagi transformasi budaya, ekonomi, politik dan sosial. Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, membuat, dan mengkomunikasikan informasi, yang membutuhkan keterampilan kognitif dan teknis.⁷ ALA cenderung berfokus pada kemampuan teknis dalam pengoperasian teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Tujuan literasi literasi digital adalah meningkatkan kemampuan untuk melakukan penyesuaian dalam menjalankan kehidupan, interaksi dan bersosialisasi dalam masyarakat digital. Literasi digital merupakan kemampuan yang sesuai dengan individu untuk hidup, belajar dan bekerja sama dalam masyarakat digital.⁸

Literasi digital sudah menjadi aspek penting dikuasai oleh pelaku UMKM di era ini untuk menyongsong abad 21 generasi Z (Gen-Z) dimana market secara digital akan terjadi lebih massif. Selain itu adanya literasi digital UMKM semakin memungkinkan terealisasinya transformasi digital UMKM secara merata sehingga berdampak pada lebih kuatnya topangan persekonomian nasional secara makro. Sebaran pelaku UMKM begitu banyak bermunculan di berbagai wilayah, baik diperkotaan maupun dipedesaan dan peloksok. Di Sukabumi terdapat banyak pelaku UMKM yang didukung dengan adanya beberapa titik destinasi wisata yang menarik dapat menambah dari tarik produk mereka. Sebagai dari mereka sudah ada yang

⁵ Dkatadata, 'Kemenkominfo: UMKM Perlu Tumbuhkan Kesadaran Literasi Digital', *Dkatadata.Co.Id; Laporan Khusus, Katadata Events and Conferences, 2021* <<https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/60acc27f98b09/kemenkominfo-umkm-perlu-tumbuhkankesadaran-literasi-digital>> [accessed 30 September 2021].

⁶ Eithne Kennedy and others, *Literacy in Early Childhood and Primary Education (3-8 Years)*. (National Council for Curriculum and Assessment, 2012) <https://www.erc.ie/documents/literacy_in_early_childhood_and_primary_education_3-8_years.pdf>.

⁷ The American Library Association's (ALA) Digital Literacy Task Force, *Digital Literacy, Libraries, and Public Policy*, 2013.

⁸ JISC, 'Developing Digital Literacies', *JISC*, 2018 <<https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>> [accessed 14 September 2021].



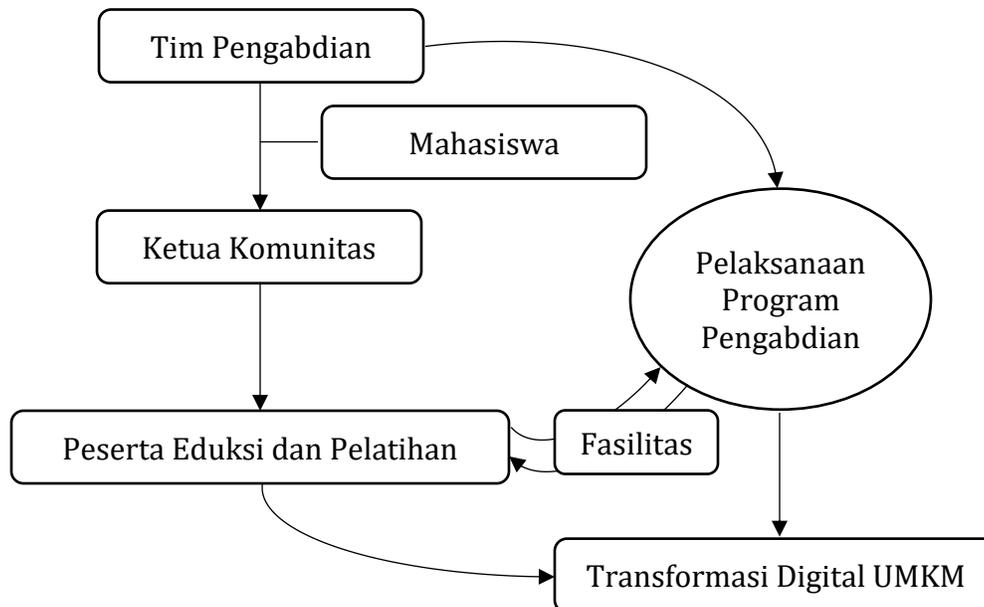
sudah mampu menjalankan proses bisnisnya secara digital, namun sebagian lain masih dilakukan secara *offline/luring* karena kurangnya kesadaran bahkan keraguan dan ketidakmampuan menggunakan teknologi digital. Kesulitan memamfaat kesempatan untuk memasuki digitalisasi untuk go digital UMKM, salah satunya disebabkan minimnya literasi digital di kalangan para pelaku UMKM.⁹ Kondisi ini jelas menghambat proses pemasaran mereka di era digital, pada di Sukabumi Pakidulan terdapat banyak produk-produk unggulan UMKM yang menjadi basis dan ciri khas karya dan produk Sukabumi yang memiliki potensi untuk dikembangkan.

Potensi UMKM berbasis produk unggulan, kerajinan tangan, kriya/*handy craft*, opak keutan, batik pakidulan, dan sebagainya dapat kembangkan melalui adanya pendampingan, pemberdayaan, inovasi dan peningkatan literasi digital yang melibatkan multisektor. Ketimpangan literasi digital pelaku UMKM di Sukabumi Pakidulan ini memungkinkan pihak akademisi untuk melakukan pendampingan, edukasi dan pelatihan secara berkala. Kondisi demikian yang menjadi dasar alasan tim pengabdian untuk melakukan pengabdian masyarakat pada komunitas pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. Observasi dan pengamatan sebagai pendahuluan pengabdian telah dilakukan pada komunitas pelaku UMKM yang berlokasi di Cisaat Kabupaten Sukabumi, sehingga diperoleh data dan informasi-informasi yang relevan dengan tujuan pelaksanaan program pengabdian ini yaitu edukasi literasi digital sebagai pendampingan *go digital* untuk mendorong UMKM naik kelas dan mampu bersaing di era digital. Sesuai dengan hal tersebut, maka tim pengabdian berinisiasi dan memberikan fokus perhatian untuk melakukan pengabdian masyarakat pada pelaku UMKM dengan tema edukasi literasi digital sebagai pendampingan transformasi digital UMKM Sukabumi Pakidulan, yang berlokasi di Jl. Raya Sukabumi, Kec. Cisaat, Sukabumi Regency, Jawa Barat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini merujuk pada hasil pengamatan langsung yang telah dilakukan tim pengabdian di lokasi pengabdian masyarakat. Sesuai dengan data dan informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan yang telah dilaksanakan, terdapat ada beberapa instrumen yang dapat digunakan untuk mendukung terlaksananya program pengabdian ini, yang tentunya sesuai dengan tujuan dan tema pengabdian ini yakni edukasi literasi digital sebagai pendampingan transformasi digital UMKM. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan mulai pada tanggal 28 Agustus 2021 sampai tanggal 12 September 2021. Bentuk kegiatan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berupa edukasi literasi digital dasar yang disesuaikan demografis pelaku UMKM dari sisi usia, kemudian dilakukan praktik penyelidikan media dan aplikasi yang sesuai serta pelatihan buka akun media. Tim pengabdian terdiri dari tiga orang, dibantu dengan dua orang mahasiswa dan satu orang ketua komunitas untuk mendukung kelancaran pelaksanaan program pengabdian ini.

⁹ Cashlez, 'Banyak Pelaku UMKM Yang Belum Go Digital, Ternyata Ini Alasannya!', *Cashlez Worldwide Indonesia*, 2021 <https://www.cashlez.com/blog/banyak-pelaku-umkm-yang-belum-go-digital-ternyata-ini-alasannya_637.html> [accessed 30 September 2021].



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian

Sumber : Dirancang Tim Pengabdian (2021)

Tahap pelaksanaan dimulai dengan menyusun perencanaan, teknis pelaksanaan melalui konfirmasi dan koordinasi yang dilakukan secara langsung dengan ketua komunitas UMKM penggiat *handy craft* dan *hand made*. Setelah memastikan mendapatkan ijin pelaksanaan dan tersedianya tempat pelatihan yang dilengkapi fasilitas internet, selanjutnya dilaksanakan kegiatan pengabdian dengan memberikan edukasi literasi digital sebanyak enam pertemuan (dua kali per minggu), dimana empat pertemuan digunakan untuk memberikan edukasi literasi digital, sedangkan pada dua pertemuan terakhir digunakan untuk pelatihan.

HASIL

Pelaksanaan program edukasi dan pelatihan kepada peserta sebanyak 21 (dua puluh satu) orang, dimana 7 (tujuh) orang peserta dianggap sudah melek literasi digital sehingga sebanyak 14 (empat belas) orang yang diikutsertakan pada edukasi dan pelatihan pelaksanaan kegiatan PKM ini. Rata-rata usia peserta berusia di atas 45 tahun, mereka bukan termasuk pada angkatan kerja dilihat dari tingkat pendidikannya. Penguasaan literasi digital masih kurang, meskipun mampu menggunakan *ponsel* dan *smartphone* hanya sebatas mampu input kontak, panggilan dan menerima panggilan, serta menulis dan membaca pesan singkat, juga *WhatsApp*, padahal *ponsel* maupun *smartphone*-nya termasuk sudah canggih. Meskipun demikian, dari sisi kreativitas, keterampilan dan inovasi produk tradisional cukup mumpuni didukung dengan finansial yang cukup. Hal ini menjadi potensi dasar bahwa usahanya dapat dikembangkan. Tempat pelaksanaan program kegiatan di aula komunitas UMKM penggiat *handy craft* dan *hand made* (kerajinan tangan) di Cisaat Sukabumi yang dijadikan sebagai *dropship* aliran distribusi dan penyimpanan (*dropshiper*) perantara akhir ke market.



Proses pelaksanaan kegiatan dimulai dengan presentase dan pemaparan tentang pentingnya literasi digital pada saat ini untuk mendukung pemasaran usaha dengan memanfaatkan teknologi digital, hal ini dilakukan untuk melahirkan kesadaran akan hadirnya teknologi yang berguna bagi proses bisnis digital saat ini sehingga diharapkan dapat mendorong pengambilan keputusan yang didukung keyakinan bahwa mereka bisa melakukannya, kemudian diberikan materi edukasi literasi digital dasar dengan memberikan pemahaman tentang perangkat dan *tools* apa saja yang perlu dikuasai untuk dapat memanfaatkan aplikasi media digital baik melalui operasi komputer maupun aplikasi *mobile* berbasis *smartphone* dan sebagainya. Kedisiplinan dan kedisediaan hadir peserta menunjukkan antusiasme yang baik terhadap pelaksanaan kegiatan ini, terlebih pada sesi diskusi dan tanya jawab dilakukan, ke-14 peserta sangat aktif bertanya, meminta diulang pemaparan materi lebih personal sampai mereka merasa benar bisa memahami dan bisa mempraktikannya. Keberhasilan awal bisa dilihat kemampuan pada saat registrasi akun email dan membuat *password* dilakukan sendiri, dimana sebelumnya akun email *smartphone* dibuatkan oleh orang lain atau anggota keluarannya, setelah itu dapat masuk (*log in*) pada aplikasi atau media digital meskipun baru tingkat media sosial.

Evaluasi terakhir pemahaman dan penguasaan membuat konten setidaknya *upload* gambar atau produk dan memberikan deskripsi produk mereka di media sosial yang telah dibuatnya pada saat pelatihan. Tahap evaluasi inilah sebenarnya potensi dan kemampuan pemasaran digital peserta mulai terlihat dan memungkinkan mereka akan terus meningkat dengan adanya rasa penasaran, terus mengulik/penyelidikan dan munculnya keterbiasaan. Kondisi peserta menunjukkan bahwa, setelah mengikuti edukasi dan pelatihan, pemahaman literasi digital mereka mulai terlihat ada peningkatan. Guna menjaga kemampuan dan penguasaan literasi digital yang terus meningkat, peserta disarankan untuk berkomitmen menggunakan media sosial yang telah dibuatnya untuk keperluan usahanya secara *online* sekaligus sebagai pembelajaran yang bermanfaat untuk keberlangsungan usahanya di tengah ketatnya persaingan di era digital, selain menjalankan usaha dan memasarkan produknya secara *offline*.

DISKUSI

Adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta di bidang literasi digital telah memberikan tambahan wawasan lebih luas tentang jaringan market secara *online* meskipun baru di media sosial. Setelah mampu melakukan pemasaran secara online melalui media sosial dapat membuka kesadaran dan keberanian mereka untuk merambah ke *platform* digital *eCommerce* dan *marketplace*, termasuk transaksi dan pembiayaan dilakukan secara *fintech*, dan sebagainya guna mendukung kegiatan pemasarannya yang lebih berkembang dan naik kelas. Untuk menumbuhkan literasi digital berkelanjutan yang berimbang tentunya perlu adanya komitmen untuk kerjasama berbagai aktor yang berkepentingan dalam memajukan UMKM di era digital. Upaya untuk menyokong UMKM agar terus dapat meningkatkan performanya di masa sulit ini perlu menggandeng seluruh pemangku kepentingan mulai pembuat kebijakan, asosiasi pendamping, komunitas, swasta, termasuk *startup*.¹⁰

¹⁰ Kemenkop UKM, 'Kemenkop Dan UKM : Saatnya UMKM Transformasi Bisnis Dari Konvensional Ke Online', *Kementerian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia*, 2020, p. 1
<<https://www.kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-saatnya-umkm-transformasi-bisnis-dari->



Temuan lain bahwa, peserta edukasi literasi digital ini berasal dari beberapa daerah pelosok dan pedalaman yang di undang oleh ketua komunitas, mereka memberikan informasi bahwa akses internet di beberapa wilayah pelosok masih kurang bagus sehingga hal ini menghambat arus transformasi digital bisnis. Selain itu juga akses pembiayaan dan perijinan dirasa mereka cukup sulit padahal sesungguhnya pembiayaan untuk UMKM tersedia dan ada aksesnya dengan mudah, demikian juga untuk perijinan tidak sulit. Perspektif seperti hal ini terjadi, tidak lain karena mereka kurang mengetahui, kurangnya informasi dan memang membutuhkan pendampingan serta kerja sama berbagai pihak untuk membantu mereka dari hulu sampai hilir, hingga sampai ke pelaku UMKM pedesaan maupun pelosok.

KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi dari hasil pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman literasi digital para peserta yang ditandai mulai mampu menggunakan beberapa media digital, membuat konten, upload gambar atau produk dan memberikan deskripsi produk, dan sebagainya. Meskipun ini terlihat masih sederhana, namun tim pengabdian memandang bahwa hal ini suatu perubahan yang baik dibidang digital mengingat kondisi awal peserta belum mampu membuat akun media digital seperti media sosial yang dilakukan sendiri apalagi memberikan desain konten dan pengaturan yang lebih menarik untuk ajang pemasaran produknya secara digital. Kemampuan dasar ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital mereka dan menjadi kebiasaan dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga benar-benar mampu melakukan transformasi digital untuk terus mengembangkan usahanya di era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan tim pengabdian atas keja samanya dan sumbangsih dari sisi anggaran untuk mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini. Selain itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada ketua komunitas atas koordinasi dan dukungan kelancaran dan keterlaksanaan kegiatan ini, juga mitra terkait yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan terlaksananya kegiatan PKM ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Anggeraini, Yentri, Abdurrachman Faridi, Januarius Mujiyanto, and Dwi Anggani Linggar Bharati, 'Literasi Digital: Dampak Dan Tantangan Dalam Pembelajaran Bahasa', in *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, 2019, II, 386-89 <<https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpsasca/article/download/313/342>>
- [2] Cashlez, 'Banyak Pelaku UMKM Yang Belum Go Digital, Ternyata Ini Alasannya!', *Cashlez Worldwide Indonesia*, 2021 <https://www.cashlez.com/blog/banyak-pelaku-umkm-yang-belum-go-digital-ternyata-ini-alasannya_637.html> [accessed 30 September 2021]
- [3] CNN Indonesia, 'Transaksi Online Produk UMKM Naik 350 Persen Saat Corona', *CNN Indonesia: Berita Ekonomi Dan Bisnis*, 2020 <[https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200428194546-92-498232/transaksi-](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200428194546-92-498232/transaksi-konvensional-ke-online)

[konvensional-ke-online](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200428194546-92-498232/transaksi-konvensional-ke-online)> [accessed 30 August 2021].



- online-produk-umkm-naik-350-persen-saat-corona> [accessed 29 September 2021]
- [4] Dkatadata, 'Kemenkominfo: UMKM Perlu Tumbuhkan Kesadaran Literasi Digital', *Dkatadata.Co.Id; Laporan Khusus, Katadata Events and Conferences, 2021* <<https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/60acc27f98b09/kemenkominfo-umkm-perlu-tumbuhkankedadaran-literasi-digital>> [accessed 30 September 2021]
- [5] JISC, 'Developing Digital Literacies', *JISC*, 2018 <<https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>> [accessed 14 September 2021]
- [6] Kemenkop UKM, 'Kemenkop Dan UKM : Saatnya UMKM Transformasi Bisnis Dari Konvensional Ke Online', *Kementerian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia*, 2020, p. 1 <<https://www.kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-saatnya-umkm-transformasi-bisnis-dari-konvensional-ke-online>> [accessed 30 August 2021]
- [7] Kennedy, Eithne, Elizabeth Dunphy, Bernadette Dwyer, Geraldine Hayes, Thérèse McPhillips, Jackie Marsh, and others, *Literacy in Early Childhood and Primary Education (3-8 Years)*. (National Council for Curriculum and Assessment, 2012) <https://www.erc.ie/documents/literacy_in_early_childhood_and_primary_education_3-8_years.pdf>
- [8] Shen, Han, and Geoffrey Wall, 'Social Media, Space and Leisure in Small Cities', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26.2 (2021), 73–80 <<https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>>
- [9] Sujana, Atep, and Dewi Rachmatin, 'Literasi Digital Abad 21 Bagi Mahasiswa PGSD: Apa, Mengapa, Dan Bagaimana', in *Current Research in Education: Conference Series Journal*, 2019, 1, 3–13
- [10] The American Library Association's (ALA) Digital Literacy Task Force, *Digital Literacy, Libraries, and Public Policy*, 2013