

## OPTIMALISASI LITERASI PERANGKAT DIGITAL DALAM RANGKA MENGEMBANGKAN KEMAMPUAN ORGANIZATIONAL LEARNING PADA INDUSTRI FASHION DI JAWA TENGAH

**Hari Susanta Nugraha, Widiartanto, Saryadi**

Universitas Diponegoro, Jawa Tengah, Indonesia

Email: harisusantanugraha@lecturer.undip.ac.id, widiartanto@lecturer.undip.ac.id,  
saryadi@lecturer.undip.ac.id

### Abstrak

Pemanfaatan perangkat digital merupakan hal strategis karena sudah memberikan kontribusi dalam hal pengolahan dan analisis informasi bisnis. Bahkan, kemampuan literasi digital yang baik mampu mempermudah pengambilan keputusan bisnis. Oleh karena itu, perlu ada proses pengenalan dan penerapan standar ketrampilan digital berbasis informasi internet untuk membangun kemampuan pembelajaran. Adanya perangkat teknologi digital memungkinkan industri melakukan transaksi informasi yang update dalam waktu yang cepat, sehingga informasi didapatkan dengan biaya yang rendah. Riset menemukan bahwa berdasarkan Indeks Literasi Digital penggunaan perangkat digital dalam membangun kapasitas pembelajaran dilakukan dengan membangun kerangka pencarian informasi, pengelolaan informasi, pemahaman informasi, dan pengembangan jejaring digital. Namun demikian, pada aspek pemahaman informasi masih relatif rendah dibandingkan dengan indeks yang lain. Rendahnya pemahaman informasi berdampak kepada pengambilan keputusan bisnis industri fashion yang belum mampu bersaing. Secara substansi, ketrampilan digital dalam learning capability ditunjukkan dengan penggunaan perangkat digital dalam proses pengambilan keputusan bisnis bidang industri fashion.

**Kata Kunci:** Ketrampilan Digital, Kapasitas Pembelajaran, Pengambilan Keputusan.

### Abstract

*Utilization of digital devices is a strategic matter because they have contributed to the processing and analysis of business information. In fact, good digital literacy skills can facilitate business decision making. Therefore, there needs to be a process of introducing and applying internet information-based digital skill standards to build learning abilities. The existence of digital technology devices allows the industry to transact information that is updated in a fast time, so that information is obtained at a low cost. Research has identified that based on the Digital Literacy Index the use of digital devices in building learning capacity is carried out by building a framework for information search, information management, information understanding, and*

<b>How to cite:</b>	Nugraha, et al. (2022). Optimalisasi Literasi Perangkat Digital dalam Rangka Mengembangkan Kemampuan Organizational Learning pada Industri Fashion di Jawa Tengah, <i>Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia</i> (7)12, <a href="http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10757">http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10757</a>
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

*developing digital networks. However, the aspect of understanding information is still relatively low compared to other indices. The low understanding of information has an impact on business decision making in the fashion industry which has not been able to compete. Substantially, digital skills in learning capability are demonstrated by the use of digital devices in the process of making business decisions in the fashion industry.*

**Keywords:** *Digital Skills, Learning Capacity, Decision Making.*

## **Pendahuluan**

Pertumbuhan fashion sebagai bagian dari industri konveksi, merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi pertumbuhan ekonomi. Bagi Provinsi Jawa Tengah, pertumbuhan industri konveksi sangat tinggi, dilihat dari nilai produksi maupun pertumbuhan tenaga kerja (Tulus, 2009). Terlihat, tahun 2021 sektor industri konveksi di Provinsi Jawa Tengah mencatat sejumlah 3.624 unit usaha dan menunjukkan pertumbuhan jumlah tenaga kerja sebesar 11.07%. Penetrasi ekonomi industri konveksi didorong penggunaan teknologi produksi dan informasi berbasis jejaring dalam proses bisnisnya, sehingga jejaring produsen, konsumen, dan pemangku kepentingan menjadi lebih dinamis (Hunga & Mahatma, 2008). Namun demikian, cakupan pasar produk konveksi yang dikategorikan premium (industri fashion) masih dalam lingkup pasar nasional. Hal ini disebabkan oleh reputasi produk fashion yang belum baik. Hal ini ditunjukkan dengan rendahnya daya serap industri fashion di pasar internasional.

Adanya perangkat teknologi digital memungkinkan industri melakukan transaksi informasi yang *update* dalam waktu yang cepat, sehingga informasi didapatkan dengan biaya yang rendah (Wardhana, 2015). Namun demikian, permasalahan tidak hanya muncul pada aspek biaya, justru permasalahan pokok adalah bagaimana perangkat digital mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam operasi bisnis. Kemampuan literasi digital merupakan kemampuan memahami perangkat keras dan lunak digital yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, melalui proses (Kurnianingsih et al., 2017). Memverifikasi, mengkonfirmasi, dan melakukan validasi terhadap fakta yang dihasilkan oleh perangkat digital. Kemampuan literasi digital berimplementasi pada ketepatan pengambilan keputusan bisnis (Santoso et al., 2020). Untuk melakukan penetrasi pasar internasional, diperlukan perangkat teknologi sebagai pendorong informasi dan transfer pengetahuan. Pemahaman terhadap kinerja dan fungsi, serta *contains* perangkat digital berperan penting dalam membangun masyarakat berpengetahuan yang memiliki keterampilan berselancar dimedia, melakukan komunikasi efektif, memecahkan masalah, dan melakukan kerjasama pasar (Mu'ammam, 2019).

Literasi digital memiliki manfaat yang penting bagi setiap individu bahkan dalam beberapa kasus literasi digital dapat mempengaruhi kinerja organisasi (Abdillah et al., 2020). Literasi digital bagi karyawan itu sangat bermanfaat bagi organisasi atau perusahaan

karena saat ini hampir semua pekerjaan bergantung beberapa aspek teknologi (Maulana, 2015). Proses learning organization dapat menjadi lebih efektif ketika kehadiran perangkat digital mampu memberikan informasi yang cepat dan bermanfaat (Liansari & Nuroh, 2018). Dengan demikian kemampuan melek digital merupakan kondisi yang penting untuk mendorong kecepatan inovasi bisnis. Manfaat penting dari adanya literasi digital yaitu menghemat waktu, belajar lebih cepat, menghemat uang, membuat lebih aman, senantiasa memperoleh informasi terkini, selalu terhubung, membuat keputusan yang lebih baik, dapat membuat selalu bekerja, membuat lebih bahagia, dan dapat mempengaruhi dunia (Liansari & Nuroh, 2018). Elemen penting literasi digital adalah menyangkut kemampuan apa saja yang harus dikuasai dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Wheeler (2012) mengidentifikasi ada sembilan elemen penting dalam dunia literasi digital seperti social networking, transliteracy, maintaining privacy, managing identity, creating content, organising and sharing content, reusing/repurposing content, filtering and selecting content, serta self broadcasting (Muyassaroh et al., 2022).

Berkaitan dengan kemampuan literasi digital, ada sejumlah keuntungan yang dapat secara implementatif mempengaruhi kinerja personal. Pendekatan (Giovannucci et al., 2012) menyatakan bahwa manfaat secara sosial adalah kesempatan untuk menjadi lebih informatif, dimana kemampuan menguasai informasi merupakan nilai strategis dalam bersaing. Istilah organisasi pembelajaran sebagian berasal dari gerakan “In Search of Excellence” dan selanjutnya digunakan oleh Garrat (Dale, 2003). Namun Geoffrey Holland menyatakan bahwa “Jika kita mau bertahan hidup secara individual atau sebagai perusahaan, ataupun sebagai bangsa kita harus menciptakan tradisi perusahaan pembelajaran” pernyataannya ini mengacu pada usaha mencari contoh-contoh praktek terbaik sehingga organisasi pembelajaran bisa dijiplak dan diperbanyak (Ahmed et al., 2003). Kondisi ini justru menyebabkan perusahaan-perusahaan berusaha mencari contoh dari perusahaan yang berhasil. Dengan kata lain mereka berusaha mencari organisasi yang paling sempurna untuk dicontoh tanpa menyadari bahwa tidak ada bentuk organisasi yang seperti itu.

Batasan literasi digital yaitu kemampuan dalam menggunakan dan memahami pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam mendukung dunia ekonomi. Bisa dikatakan definisi tentang literasi digital masih belum final. Dalam artian masih terus akan ada pengembangan-pengembangan kedepannya. Definisi literasi digital itu bermacam-macam. Dalam hal ini dari definisi, istilah sering saling dipertukarkan dengan arti lancar dan terampil menggunakan perangkat. Hal ini sejalan dengan (DeBoer, 2000) menyatakan bahwa “digital literacy was to provide a broad understanding of software, hardware, and applications based on automatic devices”. Artinya, literasi digital merupakan pemahaman secara menyeluruh terhadap perangkat lunak, perangkat keras, dan aplikasi peralatan berbasis otomatisasi.

Riset ini dilaksanakan mengelaborasi proses koordinasi menggunakan perangkat

digital dalam proses produksi sebagai hasil pembelajaran organisasi dalam penggunaan perangkat digital untuk validasi dan verifikasi informasi yang diperoleh dari perangkat digital termasuk perangkat lunak aplikasinya (handphone, laptop, dan komputer), proses diskusi terhadap substansi informasi via perangkat digital kemudian disusun desain produk. Hal ini disebabkan, adanya urgensi penelitian terhadap literasi digital di wilayah Sentra Fashion Jawa Tengah disebabkan oleh perlu adanya sistem yang menyatukan dengan mudah dan cepat hubungan (komunikasi dan interaksi) antara perajin, konsumen, dan pemasok dalam industri Fashion. Skema *learning organization* (Senge et al., 1999) dapat dipercepat dengan penerapan literasi digital (DeBoer, 2000). Skema literasi digital dalam kerangka LO mendorong pengembangan model penguatan tata kelola proses pemasaran; dan kontribusi keilmuan yang akan diberikan pada riset ini adalah mengembangkan konsepsi kearifan lokal dan budaya lokal sebagai bentuk modal sosial (*social capital*) dan menjadi bagian integratif kreativitas manusia yang mempunyai nilai ekonomi.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif (Moleong, 2021). Analisis kualitatif melalui observasi langsung di obyek riset dan *indepth interview* terhadap sumber informan utama, terkait dengan analisis; potensi keunikan yang dimasukkan secara digital dalam proses pembuatan fashion dan proses delivery (kreasi-desain, pengiriman, dan penjaminan produk) dalam industri.

### **Hasil dan Pembahasan**

Obyek riset dalam kajian industri fashion di Jawa Tengah mengacu kepada perusahaan konveksi dengan kinerja produk yang merintis pasar LN. Dalam hal ini, tentu komunikasi antara pabrik, manajer, desainer, dan para distributor secara keseluruhan sudah menggunakan teknologi informasi. Sistem koordinasi produksi menggunakan sistem terpadu berbasis jaringan internet di perusahaan. Penggunaan media komunikasi digital seperti telepon seluler, laptop berbasis internet, dan PC perusahaan yang terhubung secara sistem jejaring sudah menjadi bagian terintegrasi dari penggunaan perangkat digital. Kemampuan membaca dan memahami perangkat digital sangat menentukan hasil akhir produksi. Berdasarkan kegiatan penggunaan teknologi informasi dalam bidang produksi dan pemasaran, maka obyek pengamatan riset pada perusahaan menengah bidang industri fashion.

*Indeks Literasi Digital* adalah perbandingan penggunaan perangkat digital dengan perilaku penggunaan perangkat digital yang terjadi. Berdasarkan pengukuran literasi digital di 34 provinsi di Indonesia, responden menyatakan akses internet semakin cepat, terjangkau dan tersebar sampai ke pelosok. Sebagian besar masyarakat juga menggunakan internet ini

untuk berkomunikasi melalui pesan singkat, melakukan aktivitas di media sosial, serta menonton video secara online. Berdasarkan informasi Dirjen Aptika menekankan bahwa yang perlu diperhatikan dalam melakukan literasi adalah kepada siapa saja harus diliterasi, apa yang harus diberikan dan bagaimana proses literasi berlangsung. Karena tujuan literasi bahwa ada transfer knowledge yang diberikan kepada masyarakat. Ada tiga aspek penting yang perlu diperhatikan dalam indeks literasi digital, yakni; (1).intensifikasi penggunaan ruang digital, (2).Adanya tujuan implementasi perangkat digital, dan (3).adanya potensi pasar yang dilayani. Dengan literasi digital maka perlu basic digital skill ketika masyarakat Indonesia ingin mengetahui dan ingin meningkatkan kecakapannya untuk menggunakan ruang digital, dengan mencari informasi, memahami informasi, memahami informasi, dan membagi informasi, serta membangun jejaring informasi.

**Tabel 1. Indeks Literasi Digital Pada Industri Fashion di Jawa Tengah**

No.	Obyek	Mencari informasi	Memahami Informasi	Membagi Informasi	Membangun Jejaring Informasi
1.	SAI	0.86	0.56	0.80	0.88
2.	ONE	0.87	0.47	0.77	0.87
3.	PIN	0.82	0.52	0.72	0.86
4.	TUP	0.79	0.69	0.81	0.91
5.	GOL	0.89	0.49	0.90	0.89

*sumber: data interview key-informan, thn.2021*

Berdasarkan *Indeks Literasi Digital* penggunaan perangkat digital dengan sebagian besar sudah dilakukan dalam kerangka mencari informasi, mengelola informasi, memahami informasi, dan membangun jejaring melalui informasi. Namun demikian, pada aspek memahami informasi masih relatif rendah dibandingkan dengan indeks yang lain. Hal ini berimplementasi kepada perilaku penggunaan perangkat digital.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis literasi digital pada industri fashion, melalui aspek mencari, memahami, dan membagi informasi, serta membangun jejaring melalui informasi pada perangkat didigital, diperoleh kesimpulan bahwa, pada aspek mencari informasi diperoleh indeks literasi digital 0.82, yang berarti ketergantungan dalam penggunaan perangkat digital sangat tinggi. Aspek memahami informasi diperoleh indeks literasi digital 0.76, yang berarti ketergantungan dalam penggunaan perangkat digital tinggi. Aspek membagi informasi diperoleh indeks literasi digital 0.86, yang berarti ketergantungan dalam

## Optimalisasi Literasi Perangkat Digital dalam Rangka Mengembangkan Kemampuan Organizational Learning pada Industri Fashion di Jawa Tengah

penggunaan perangkat digital sangat tinggi. Dan, pada aspek mencari membangun jejaring indeks literasi digital 0.84, yang berarti ketergantungan dalam penggunaan perangkat digital sangat tinggi.

## BIBLIOGRAFI

- Abdillah, L. A., Alwi, M. H., Simarmata, J., Bisyri, M., Nasrullah, N., Asmeati, A., Gusty, S., Sakir, S., Affandy, N. A., & Bachtiar, E. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi: Konsep dan Penerapan*. Yayasan Kita Menulis.
- Ahmed, A. M., Yang, J. B., & Dale, B. G. (2003). Self-assessment methodology: The route to business excellence. *Quality Management Journal*, 10(1), 43–57.
- DeBoer, G. E. (2000). Scientific literacy: Another look at its historical and contemporary meanings and its relationship to science education reform. *Journal of Research in Science Teaching: The Official Journal of the National Association for Research in Science Teaching*, 37(6), 582–601.
- Giovannucci, D., Scherr, S., Nierenberg, N., Hebebrand, C., Shapiro, J., Milder, J., & Wheeler, K. (2012). Sustainable Development in the 21st Century (SD21). *Food and Agriculture: The Future of Sustainability*.
- Hunga, A. I. R., & Mahatma, T. (2008). Model Penetrasi Pasar" Alternatif"(Fatr Trade): Kasus Kerajinan Berbasis Sistem" Putting-out" di Klaster Sragen, Surakarta, Klatendon So/atigo. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 6(1), 104–123.
- Kurnianingsih, I., Rosini, R., & Ismayati, N. (2017). Upaya peningkatan kemampuan literasi digital bagi tenaga perpustakaan sekolah dan guru di wilayah Jakarta pusat melalui pelatihan literasi informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 61–76.
- Liansari, V., & Nuroh, E. Z. (2018). Realitas penerapan literasi digital bagi mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Proceedings of the ICECRS*, 1(3), v1i3-1397.
- Maulana, M. (2015). Definisi, Manfaat, dan Elemen Penting Literasi Digital. *Seorang Pustakawan Blogger*, 1(2).
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mu'ammam, M. A. (2019). *Literasi di Era Disrupsi*.
- Muyassaroh, I., Arsanti, M., & Hasanudin, C. (2022). Urgensi Literasi Digital Bagi Mahasiswa Di Era Society 5.0. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*, 1(2), 81–90.
- Santoso, R., Munawi, H. A., & Nevita, A. P. (2020). Analisa Perilaku Konsumen: Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis di Era Ekonomi Digital. *Jurnal G-Tech*, 4(1), 286–293.

Optimalisasi Literasi Perangkat Digital dalam Rangka Mengembangkan Kemampuan  
Organizational Learning pada Industri Fashion di Jawa Tengah

Senge, P., Kleiner, A., Roberts, C., Ross, R., Roth, G., Smith, B., & Guman, E. C. (1999). *The dance of change: The challenges to sustaining momentum in learning organizations*. Wiley Online Library.

Tulus, T. (2009). Women entrepreneurship in Asian developing countries: Their development and main constraints. *Journal of Development and Agricultural Economics*, 1(2), 27–40.

Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.

---

**Copyright holder:**

Hari Susanta Nugraha, Widiartanto, Saryadi (2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

