

**ANALISIS TINGKAT LITERASI DIGITAL DALAM
PENGUNAAN *E-COMMERCE* PADA PEMILIK
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI RW
03 KELURAHAN PANCORAN, JAKARTA SELATAN**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

oleh:

NURUL IZZAH

1104618033

Pendidikan Masyarakat

SKRIPSI

**Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar
Sarjana Pendidikan**

**FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2022

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN
PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Judul : Analisis Tingkat Literasi Digital dalam Penggunaan *E Commerce* Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di RW 03 Kelurahan Pancoran

Nama Mahasiswa : Nurul Izzah

Nomor Registrasi : 1104618033

Program Studi : Pendidikan Masyarakat

Tanggal Ujian : 18 Agustus 2022

Dosen Pembimbing I

Dr. Puji Hadivanti, M.Si.
NIP. 197410052005012001

Dosen Pembimbing II

Henny Herawaty BR.D. M.Pd
NIP. 197605202008122002

PANITIA UJIAN SIDANG SKRIPSI:

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd. (Penanggung Jawab)*		16 September 2022
Dr. Wirda Hanim, M.Psi. (Wakil Penanggung Jawab)**		16 September 2022
Drs. Sri Koeswanto, M.Si. (Ketua Penguji)***		5 September 2022
Prof. Dr. Anan Sutisna, M.Pd. (Anggota Penguji)****		29 Agustus 2022
Dr. Daddy Darmawan, M.Si. (Anggota Penguji)****		23 Agustus 2022

Catatan:

*Dekan FIP

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain Dosen Pembimbing dan Koordinator Program Studi

ANALISIS TINGKAT LITERASI DIGITAL DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE PADA PEMILIK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI RW 03 KELURAHAN PANCORAN

(2022)

Nurul Izzah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi digital dalam penerapan e-commerce pada pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di RW 03 Kelurahan Pancoran. Pendekatan untuk menilai tingkat literasi didasarkan sembilan kompetensi literasi digital yang dikemukakan oleh Steve Wheeler (2012) dalam tulisannya yang berjudul *Digital Literacies for Engagement in Emerging Online Cultures*, yaitu *social networking, transliteracy, maintaining privacy, managing identity, creating content, organising and sharing content, reusing/repurposing content, filtering and selecting content*, serta *self broadcasting*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, menyebarkan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 58 responden pemilik UMKM di RW 03 Kelurahan Pancoran. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kompetensi literasi digital dalam penggunaan *e-commerce* pada pemilik UMKM RW 03 Kelurahan Pancoran adalah sebesar 70,24% dan berada pada kategori “cukup”. Skor ini telah cukup bagi UMKM untuk memulai mengadopsi dan mengadaptasi bisnis secara online. Kemampuan yang paling menonjol dari responden berkaitan dengan 9 kompetensi literasi digital adalah pada pemahaman dan penggunaan media sosial. Hal ini lebih disebabkan oleh kesederhanaan dalam mengoperasikan aplikasi-aplikasi media sosial. Sedangkan kompetensi yang berkaitan dengan pengembangan konten dan managing digital identity masih relatif kurang. Hal ini dikarenakan pengembangan konten tidak hanya terkait dengan penguasaan operasional teknologi semata tetapi juga daya imajinasi dan kreativitas personalnya menjadi bagian yang sangat penting. Dari 58 pemilik UMKM yang terjaring sebagai responden, sebagian besar telah menggunakan media sosial sebagai bagian dari pengelolaan bisnisnya, sedangkan pemanfaatan *website* dan blog masih dirasa perlu ditingkatkan, terbukti hanya 3 dari 58 responden yang telah memiliki *website* dan blog.

Kata kunci : Literasi, Literasi Digital, *E-Commerce*, UMKM

**DIGITAL LITERATION LEVEL ANALYSIS IN THE APPLICATION OF
E-COMMERCE ON MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES
(MSMEs) IN RW 03 KELURAHAN PANCORAN**

(2022)

Nurul Izzah

ABSTRACT

This study aims to determine the level of digital literacy in the application of e-commerce on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) owners in RW 03 Kelurahan Pancoran. The approach to assessing literacy levels is based on nine competencies of digital literacy developed by Steve Wheeler (2012), namely social networking, transliteracy, maintaining privacy, managing identity, creating content, organizing and sharing content, reusing/repurposing content, filtering and selecting content, and self-broadcasting. This research is quantitative research with a descriptive method. Data were collected by observing, distributing questionnaires, interviews, and documentation. The samples in this research were 58 respondents who owned MSMEs in RW 03 Kelurahan Pancoran. The results showed that the level of digital literacy competence in the application of e-commerce on the MSMEs owners in RW 03 Kelurahan Pancoran is 70.24% and is in the “enough” category. This score is enough for MSMEs to start adopting and adapting their online business. The most prominent ability of the respondents related to the 9 digital literacy competencies is in understanding and using social media. This is more due to the simplicity of operating social media applications. Meanwhile, competencies related to content development and managing digital identity are still relatively lacking. This is because content development is not only related to the operational mastery of technology, but also the power of imagination and personal creativity to be an important part. Of the 58 MSME owners as respondents, mostly have used social media as part of managing their business, while the use of websites and blogs still needs to be improved, as evidenced by only 3 out of 58 respondents who already have websites and blogs.

Keywords : *literacy, digital literacy, e-commerce, MSMEs, UMKM*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Nurul Izzah
No Registrasi : 1104618033
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Masyarakat

Menyatakan bahwa skripsi saya yang dibuat dengan judul “Analisis Tingkat Literasi Digital Dalam Penggunaan *E-Commerce* Pada Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di RW 03 Kelurahan Pancoran, Jakarta Selatan” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret – Agustus 2022.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 11 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



(Nurul Izzah)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Izzah
NIM : 1104618633
Fakultas/Prodi : FIP / Pendidikan Masyarakat
Alamat email : nurulizzah.edc@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Tingkat Literasi Digital dalam Penggunaan E-Commerce
Pada Pemilik Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) di RW 03
Kelurahan Pantoran, Jakarta Selatan

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 September 2022

Penulis

(
NURUL IZZAH)
nama dan tanda tangan

LEMBAR PERSEMBAHAN

النَّصِيرُ نِعْمَ َو الْمَوْلَى نِعْمَ الْوَكِيلُ وَنِعْمَ اللَّهُ حَسْبُنَا

“Cukuplah Allah sebagai tempat diri bagi kami, Sebaik-baiknya pelindung dan sebaik-baiknya penolong kami.”

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, adik-adik saya, dan juga kepada diri saya sendiri. Berkat dukungan dan motivasi kedua orang tua, saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan baik. Saya ucapkan terima kasih atas panjatan doa yang tak bertepi, untuk kasih sayang sepanjang usia yang tak terperi, serta semangat dan motivasi yang tiada henti. Terima kasih juga untuk kedua adik saya atas inspirasi dan semangat yang selalu diberikan kepada saya selama ini. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hardwork. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tidak terhenti tucurahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia dan rahmatnya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Literasi Digital Dalam Penggunaan *E-Commerce* Pada Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di RW 03 Kelurahan Pancoran.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya skripsi ini bukan semata-mata hasil kerja keras peneliti seorang. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini, terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Drs. Sri Koeswantonono, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Masyarakat
3. Ibu Dr. Puji Hadiyanti, M.Si. selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Dr. Henny Herawati BR.D, M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, serta motivasi kepada peneliti
4. Semua dosen Program Studi Pendidikan Masyarakat atas ilmu yang diberikan sehingga menjadi bekal bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini
5. Bapak Sahal selaku Ketua RW dan semua pengurus RW 03 Kelurahan Pancoran yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di RW 03 serta membantu peneliti selama jalannya penelitian. Juga terima kasih kepada semua pemilik UMKM RW 03 atas kesediaannya menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Keluarga, teman-teman, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas segala bantuan serta dukungan yang diberikan, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Semoga bantuan dan dukungan yang diberikan dapat menjadi amal baik dan mendapat balasan dari Allah SWT, aamiin.

Jakarta, 11 Agustus 2022

Peneliti,

Nurul Izzah



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah	8
E. Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
BAB II	10
KERANGKA TEORITIK	Error! Bookmark not defined.
A. Deskripsi Teoritik	10
1. Literasi Digital	10
2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	15
3. <i>E-Commerce</i>	18
B. Hasil Penelitian yang Relevan	22
C. Kerangka Berpikir	24
BAB III	11
METODOLOGI PENELITIAN	11
A. Tujuan Khusus Penelitian	11
B. Tempat dan Waktu Penelitian	11
C. Metode Penelitian	11
D. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Definisi Konseptual Variabel	31
2. Definisi Operasional Variabel	31
F. Uji Instrumen.....	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reliabilitas.....	35
3. Teknik Analisis Data	36
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Data	28
1. Deskripsi Profil Wilayah	28
2. Deskripsi Data Responden	39
B. Hasil Penelitian.....	42
C. Pembahasan	64
BAB V	39
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	39

A. Kesimpulan.....	39
B. Implikasi.....	39
C. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kriteria UMKM	1
Tabel 1.2. Dampak Pandemi Terhadap UMKM	2
Tabel 1.3. Penurunan Omzet Pada UMKM	2
Tabel 1.4. Bidang Usaha UMKM RW 03 Kelurahan Pancoran	4
Tabel 3.1. Skala Variabel Literasi Digital dan Tingkat Penggunaan <i>E-Commerce</i>	30
Tabel 3.2. Hasil Perhitungan Validasi Instrumen	32
Tabel 3.3. Alat Ukur Literasi Digital dan Penggunaan <i>E-Commerce</i>	37
Tabel 4.1. Data Penduduk RW 03 Kelurahan Pancoran	39
Tabel 4.2. Jenis Usaha.....	41
Tabel 4.3. Perangkat yang Digunakan Dalam Mengakses Internet	43
Tabel 4.4. Penggunaan Internet Dalam Sehari	43
Tabel 4.5. Web Browser yang Digunakan Dalam Mengakses Internet	44
Tabel 4.6. Tingkat Literasi Digital Pada Setiap Indikator Secara Keseluruhan....	44
Tabel 4.7. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Social Networking</i>	45
Tabel 4.8. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Social Networking</i>	46
Tabel 4.9. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Transliteracy</i>	47
Tabel 4.10. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Transliteracy</i>	47
Tabel 4.11. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Maintaining Privacy</i>	48
Tabel 4.12. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Maintaining Privacy</i>	48
Tabel 4.13. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Managing Digital Identity</i>	49
Tabel 4.14. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Managing Digital Identity</i> 50	
Tabel 4.15. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Creating Content</i>	51
Tabel 4.16. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Creating Content</i>	51
Tabel 4.17. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Organizing and Sharing Content</i>	52
Tabel 4.18. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Organizing and Sharing Content</i>	52
Tabel 4.19. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Reusing/Repurposing Content</i>	53
Tabel 4.20. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Reusing/ Repurposing Content</i>	54
Tabel 4.21. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Filtering and Selecting Content</i>	55
Tabel 4.22. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Filtering and Selecting Content</i>	55
Tabel 4.23. Tingkat Literasi Digital Pada Indikator <i>Self-Broadcasting</i>	56
Tabel 4.24. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Self-Broadcasting</i>	56
Tabel 4.25. Penggunaan <i>E-Commerce</i> dan <i>Content Marketing</i>	58
Tabel 4.26. Penggunaan Media Sosial	59
Tabel 4.27. Kategori Media Sosial yang Digunakan	59
Tabel 4.28. Penggunaan <i>Marketplace</i>	61
Tabel 4.29. Kategori <i>Marketplace</i> yang Digunakan	61
Tabel 4.30. Dampak Penggunaan <i>E-Commerce</i> Bagi Pengembangan Usaha.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1. Letak Geografis RW 03 Kelurahan Pancoran	51
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4.3. Usia Responden	54
Gambar 4.4. Pendidikan Responden	54
Gambar 4.5. Jenis Usaha	55
Gambar 4.6. Pelatihan, Kursus, atau Pendampingan yang Pernah Diikuti	56
Gambar 4.7. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Social Networking</i>	59
Gambar 4.8. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Transliteracy</i>	60
Gambar 4.9. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Maintaining Privacy</i>	62
Gambar 4.10. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Managing Digital Identity</i>	63
Gambar 4.11. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Creating Content</i>	65
Gambar 4.12. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Organizing and Sharing Content</i>	66
Gambar 4.13. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Reusing/ Repurposing Content</i>	68
Gambar 4.14. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Filtering and Selecting Content</i>	69
Gambar 4.15. Kategori Nilai Responden Pada Indikator <i>Self-Broadcasting</i>	71
Gambar 4.16. Penggunaan <i>Website</i> dan <i>Content Marketing</i>	72
Gambar 4.17. Penggunaan Media Sosial	75
Gambar 4.18. Media Sosial yang Digunakan.....	75
Gambar 4.19. Penggunaan <i>Marketplace</i>	77
Gambar 4.20. <i>Marketplace</i> yang Digunakan	78
Gambar 4.21. Dampak Penggunaan <i>E-Commerce</i> Bagi Pengembangan Usaha.....	79