

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis masalah

Alasan Indonesia memiliki pelaku industri UMKM terbanyak adalah karena usia produktifnya yang tinggi, yang tidak berbanding terbalik dengan ketersediaan lapangan pekerjaan (menurut Ketua Dewan Pertimbangan Kadin DKI, Dhaniswara K Harjono), memotivasi masyarakat Indonesia untuk terlibat dalam inovasi untuk meningkatkan persaingan dan meningkatkan ekonomi mereka sendiri. Tidak heran jika semakin banyak pemain perusahaan di sektor industri Usaha Kecil dan Menengah.

Kemajuan pesat dari Internet dan teknologi informasi selama beberapa dekade terakhir telah memiliki dampak yang signifikan pada semua aspek kegiatan organisasi dan sosial. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), pemerintah telah melakukan upaya peningkatan akses dan alih teknologi guna membangun UKM yang inovatif, antara lain dengan tujuan agar mampu bersaing dengan UKM di luar negeri. Cara terbaik untuk memerangi kelesuan ekonomi saat ini di negara ini adalah dengan memberdayakan usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) di berbagai lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa UKM memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Pandemi Covid 19 sudah memasuki tahun ke 2 seluruh masyarakat di dunia berjuang melawan pandemi ini. Meningkatnya kasus yang terus menerus menghasilkan perekonomian di Indonesia yang melemah dan bisa dibayangkan mengalami penurunan

Sektor kesehatan, pendidikan, sosial, dan ekonomi hanyalah beberapa dari banyak bidang yang terkena dampak parah dari epidemi ini. Pengaruh dari aspek pendidikan sangat terasa bagi siswa, guru dan orangtua murid karna pembelajaran yang harus menjadi model pembelajaran daring sedangkan tidak semua siswa memiliki akses internet bahkan handphone atau teknologi

Maka orang tua jadi harus memfasilitasi anaknya dengan smartphone dan kuota. Lalu dalam aspek kesehatan melihat banyaknya orang yang meninggal karna kasus covid 19 membuat mental para masyarakat menjadi down karna merasa resah dan ketakutan dan gelisah akan kemiskinan.

Semua dampak ini sangat berhubungan dengan bidang ekonomi karna semua masalah dari segala bidang pasti memerlukan uang contoh di bidang pendidikan para orang tua memerlukan biaya untuk membeli kuota bahkan HP jika mereka belum memilikinya dan di bidang kesehatan contohnya kita perlu membeli vitamin dan lainnya agar imun kita tetap kuat dan tidak mudah kena covid 19, namun sangat disayangkan karna bidang ekonomi atau bisa dibilang bidang utamanya juga mengalami penurunan dan membuat usaha usaha menjadi berjalan dengan kurang maksimal.

Salah satu bidang ekonomi yang terkena dampak pandemi yaitu Toko Kelontong bagian dari UMKM. Semenjak kasus covid 19 yang cepat menyebar di dunia hal ini memberikan dampak perlambatan ekonomi di Indonesia maupun luar negeri. Padahal UMKM adalah harapan dan penopang ekonomi di negara Indonesia ini namun bisa kita lihat dari hasil wawancara yang telah saya lakukan dengan komunitas pedagang warung kelontong.

Peneliti mengambil sample sebanyak 20 warung kelontong dari satu Kelurahan Abadijaya Kota Depok, 20 warung kelontong ini tercakup dari RW001 sampai dengan RW020 kenapa peneliti mengambil 20 warung kelontong saja dari 1 Kelurahan dikarenakan keterbatasan waktu dan 20 warung kelontong ini sudah mencakupi sebanyak 20 RW.

Warung kelontong yang diteliti oleh peneliti termasuk warung kelontong kelas menengah yang fokus penjualannya sudah lebih besar dari warung kelontong kecil contohnya snack 1 dus, shampoo 1 dus dan bukan warung kelontong yang hanya menjual kerupuk 1 biji atau ciki 1 biji saja yang sering kita temukan di dekat rumah. Kategori warung kelontong yang diteliti ini bisa dibilang sebagai warung agen.

Hasil dari wawancara Di kelurahan abadijaya memiliki Komunitas toko kelontong(UMKM) yang mengalami dampak buruk akibat pandemic covid-19, setelah mewawancarai 20 pedagang yang memiliki tokokelontong hasilnya adalah terdapat 9 warung kelontong yang mengalami masalah produk yang tidak laku atau warung yang kurang mendapat perhatian konsumen, banyak yang berhutang dan tidak bayar dan modal yang susah diatur karna pendapatan yang sedikit akibat pandemic, 2 warung mengalami masalah suash bersaing dengan warung lain, 1 warungmengalami kesulitan mengimbangi harga pasar, 1 warung mengalami permasalahan dengan pihak ketiga, dan 7 warung mengalami penurunan keuntungan dikarenakan produk yang terjual tidak sesuai dengan hasil yangdidapatkan.

Melihat jawaban terbanyak adalah warung yang tak kunjung ramai atau tidak laku membuat peneliti bertanya tanya apakah mereka sudah mengetahui tentang bagaimana cara mengelola warung mereka di dunia digital contohnya seperti Di E-Commerce Shopee, Tiktok shop, Tokopedia Dan E-Commerce lainnya, namun ternyata jawaban mereka mereka kurang mengetahui cara mengelola warung di dunia digital/E-Commerce dengan baik dan benar.

Karna semenjak pandemic semua orang lebih memilih untuk belanja melalui online menggunakan aplikasi e-commerce dan sampai saat ini semakin banyak orang yang sudah berjualan di aplikasi e-commerce contohnya Tiktokshop yang saat ini sedang booming karna banyaknya gratis ongkir dan para pedagang mendapatkan subsidi harga.

Dalam konteks ini, ada kebutuhan untuk memperkuat peningkatan kapasitas berbasis teknologi komunikasi dan informasi, dan literasi digital sedang dilaksanakan untuk meningkatkan standar tata kelola bagi UKM. Mengakses, mengelola, mensintesis, menganalisis, mengevaluasi, menghasilkan, berinteraksi dengan orang lain, dan memperoleh pengetahuan baru harus berjalan seiring dengan pertumbuhan UKM berbasis penerapan teknologi digital. Meningkatkan kinerja perusahaan UMKM secara digital.

Dunia sudah semakin berkembang dan maju termasuk dengan adanya perkembangan di dunia teknologi dan informasi telah mendorong adanya perubahan yang signifikan, contohnya proses pembuatan media pembelajaran menjadi lebih mudah dipahami, kreatif, dan menarik. Kata Latin *medius*, yang berarti "tengah", "perantara", atau "pengantar", adalah sumber dari kata bahasa Inggris *media*. Apa saja yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau isi pelajaran, membangkitkan minat dan keterampilan siswa, atau membangkitkan pikiran dan perasaan mereka untuk memfasilitasi proses belajar mengajar dianggap sebagai media pengajaran.

Dengan menampilkan adegan bergerak secara elektronik, teknologi video dapat digunakan untuk menangkap, merekam, memproses, menyimpan, mengangkut, dan membuat ulang rangkaian gambar diam. Media pembelajaran video memudahkan proses pembelajaran karena memanfaatkan gambar visual dan audio dalam pengemasan materinya yang dapat membantu para peserta pembelajaran mengerti dengan mudah. Untuk menjalin hubungan dengan audiensnya, video interaktif memadukan aspek interaktif musik, gerak, gambar, teks, dan grafik (Prastowo, 2014:370).

Berdasarkan hal yang sudah terjadi peneliti memutuskan untuk membuat penelitian pengembangan media pembelajaran berbasis video interaktif untuk komunitas pedagang warung kelontong kelurahan abadijaya kecamatan sukrajaya

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode Karya Inovatif yang berarti akan menghasilkan suatu produk lalu diuji keefektifitasannya, video interaktif ini juga dikembangkan menggunakan model pengembangan ADDIE peneliti menggunakan model ADDIE karena mode ini sangat cocok untuk pembuatan video interaktif karna caranya yang sistematis. Untuk membantu komunitas pedagang warung kelontong di Kelurahan Abadijaya agar mereka paham dengan Literasi Digital dan dapat mengelola warung mereka melalui E-Commerce Seperti Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia dan masih banyak lagi dengan baik dan benar dengan cara membuat media video interaktif untuk menjadi pembelajaran bagi mereka agar dapat dan melihat

apakah media video interaktif ini efektif untuk mereka.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang diberikan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah berikut yang perlu diteliti:

1. Apakah Video interaktif dapat membantu para pedagang agar mereka dapat mengelola warung mereka di dunia digital
2. Apakah Video interaktif dapat menambah pengetahuan para pedagang toko kelontong tentang Literasi digital
3. Bagaimana mengembangkan Video Interaktif sebagai media penyuluhan terhadap komunitas pedagang toko kelontong di wilayah kecamatan sukrajaya.

C. Ruang lingkup

Penelitian pengembangan ini menghasilkan sebuah produk media Video Interaktif yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman Pedagang Toko Kelontong Kecamatan Sukrajaya tentang Literasi Digital. Ruang lingkup pengembangan video interaktif ini meliputi:

1. Media
Peneliti menggunakan media Video Interaktif sebagai media
2. Materi
Materi yang akan ada di dalam Video Interaktif adalah materi tentang Literasi Digital untuk menerapkan warung di dunia digital
3. Model
Model pengembangan ADDIE digunakan peneliti pada pengembangan Video Interaktif
4. Sasaran
Komunitas Warung Kelontong Kelurahan Abadijaya
5. Pengguna produk yang dihasilkan adalah untuk komunitas warung toko kelontong Kelurahan Abadijaya.

D. Fokus penelitian

Fokus penelitian ini, adalah :

Apakah penggunaan Video Interaktif efektif untuk dijadikan informasi literasi digital untuk para pelaku pedagang toko kelontong kecamatan sukamajaya?

E. Kegunaan Hasil Penelitian**1. Pedagang Toko Kelontong Kecamatan Sukmajaya**

Menambah wawasan terkait Literasi Digital sehingga para pedagang dapat menjalankan warungnya didunia digital dengan baik dan benar.

2. Peneliti

Menambah pengetahuan tentang Literasi Digital dan menjadi syarat kelulusan program S1 Pendidikan Masyarakat di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta.

