

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, mempengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk bisnis. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi keterampilan penting yang tidak hanya mendukung aspek profesional, tetapi juga terkait erat dengan pemenuhan kebutuhan dasar manusia untuk belajar sepanjang hayat. Berbagai profesi di era digital ini terus berkembang, salah satunya merupakan *reseller*, yang membeli barang pada produsen atau tangan pertama, lalu dijual untuk meraih keuntungan. Agar lebih menghemat biaya operasional, banyak *reseller* yang memilih berjualan secara *online*. Bagi *reseller*, kebutuhan memahami literasi digital terutama pada bidang pemasaran digital memegang peran penting. Misalnya, kemampuan literasi digital dapat memberikan keamanan informasi, mendukung konektivitas sosial melalui *platform online*, dan meningkatkan peluang untuk mencapai pengembangan bisnis yang berkelanjutan.

Literasi dikaitkan dengan istilah Digital merupakan kemampuan untuk membaca, mengartikan makna tulisan dalam pemanfaatan konteks digital. UNESCO mengartikan keterampilan dalam memahami, mengelola, mengakses, mengintegrasikan, mengkomunikasikan, menciptakan informasi dan mengevaluasi dengan tepat dan aman melalui teknologi, bertujuan untuk mendukung pekerjaan yang bermutu, ketenagakerjaan dan kewirausahaan disebut dengan literasi digital.¹ Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Dirjen Aptika), Samuel Abrijani Pangerapan, pada saat peluncuran status Literasi Digital Indonesia 2022 di Menara Danareksa Jakarta, Rabu (01/02/2023), mengatakan bahwa pada tahun 2022 Indonesia mendapatkan 3,54 poin, lebih tinggi 0,05 poin dibanding tahun sebelumnya untuk indeks literasi digital. Skor tersebut menunjukkan bahwa warga Indonesia berada di kategori sedang, mengacu pada skor 1-5. Pengukuran dilakukan terhadap empat pilar

¹ Unesco, "What You Need To Know About Literacy", Unesco, 29 Juni, 2023, <https://www.unesco.org/en/literacy/need-know>

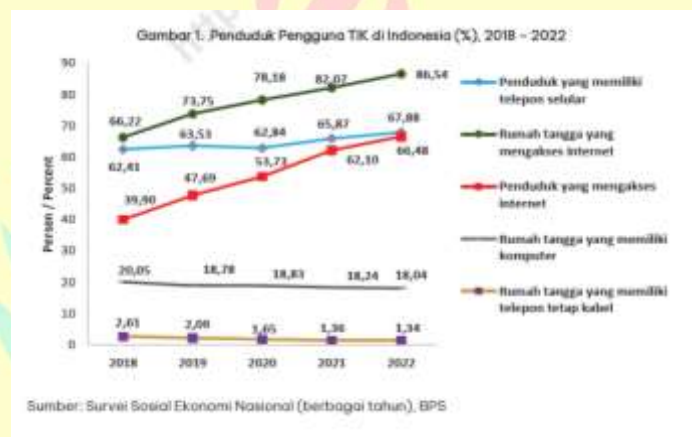
yaitu, kecakapan digital (*digital skills*), etika digital (*digital ethics*), keamanan digital (*digital safety*), dan budaya digital (*digital culture*).²

Tabel 1.1 Indeks Literasi Digital Indonesia Tahun 2021-2022

Peringkat	2022		2021	
	Provinsi	Indeks	Provinsi	Indeks
1.	D.I Yogyakarta	3,64	D.I Yogyakarta	3,71
2.	Kalimantan Barat	3,64	Kep. Riau	3,68
3.	Kalimantan Timur	3,62	Kalimantan Timur	3,62
4.	Papua Barat	3,62	Sumatera Barat	3,61
5.	Jawa Tengah	3,61	Gorontalo	3,61
6.	Kalimantan Tengah	3,6	Papua Barat	3,61
7.	Jawa Barat	3,6	Nusa Tenggara Timur	3,6
8.	DKI Jakarta	3,59	Kalimantan Barat	3,58
9.	Kep. Riau	3,59	Aceh	3,57
10.	Jawa Timur	3,58	Kalimantan Utara	3,57
11.	Sulawesi Tenggara	3,57	Sulawesi Barat	3,57
12.	Papua	3,55	Kep. Bangka Belitung	3,57
13.	Bengkulu	3,55	Jawa Timur	3,55
14.	Maluku	3,54	Sulawesi Utara	3,52
15.	Jambi	3,54	Lampung	3,52
	Skor Indeks 2022	3,54	Skor Indeks 2021	3,49

² Pratiwi Agustini, "Indeks Literasi Digital Indonesia Kembali Meningkatkan Tahun 2022", Direktorat Jenderal Aplikasi dan Informatika, 2 februari 2023, <https://aptika.kominfo.go.id/2023/02/indeks-literasi-digital-indonesia-kembali-meningkat-tahun-2022/>

Dalam era digital ini, peran media sosial sebagai alat pemasaran telah berkembang pesat. Sebagai *reseller* semakin mengandalkan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Media sosial memberikan platform yang efektif untuk berinteraksi dengan calon pembeli dan membangun peluang penjualan yang aktif. Pada publikasi buku dengan judul Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 oleh Badan Pusat Statistik, teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan di Indonesia, menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Bahwasanya pada tahun 2022, penduduk yang mengakses internet di Indonesia mencapai 66,48%.³



Gambar 1. 1 Penduduk Pengguna TIK di Indonesia (%) 2018-2022

Rendahnya kemampuan literasi digital di kalangan *reseller* dapat diidentifikasi melalui dampaknya yang nyata pada operasional serta keberhasilan bisnis mereka. Pertama, banyak *reseller* yang tidak mampu memanfaatkan sepenuhnya platform digital untuk pemasaran dan penjualan. Misalnya, ada *reseller* yang belum memahami cara kerja media sosial atau tidak memiliki keterampilan untuk mengoptimalkan konten agar lebih terlihat oleh calon pembeli. Kedua, ketidakmampuan dalam menganalisis data penjualan dan perilaku konsumen juga menunjukkan rendahnya literasi digital. Studi dan survei tentang literasi digital juga memperkuat hal ini. Misalnya, sebuah penelitian oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha kecil dan menengah, termasuk *reseller*, memiliki pemahaman yang terbatas tentang teknologi digital dan pemasaran *online*.

³ Tri Sutarsih dan Karmila Maharani, Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022, (Badan Pusat Statistika Republik Indonesia; 2023), hlm 5

Data ini mencerminkan bahwa meskipun akses ke teknologi semakin mudah, kesenjangan pengetahuan dan keterampilan masih menjadi tantangan besar.

Secara keseluruhan, rendahnya literasi digital di kalangan *reseller* tidak hanya menjadi hambatan bagi pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga menunjukkan kebutuhan mendesak untuk pendidikan dan pelatihan yang lebih baik dalam keterampilan digital.

Survei kemampuan literasi digital bagi *reseller* terutama pada bidang pemasaran digital menjadi sangat mendesak di tengah transformasi digital yang cepat, di mana peran teknologi terutama media sosial semakin dominan dalam strategi pemasaran dan operasional bisnis. Kemampuan *reseller* untuk memanfaatkan dengan optimal alat-alat digital, memahami keamanan *online*, dan menyusun strategi pemasaran yang efektif sangat menentukan kesuksesan bisnis mereka. *Reseller* yang memiliki pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen online, tren pemasaran digital, dan keefektifan berbagai platform digital. Dalam upaya untuk terus belajar sepanjang hidup, individu perlu memahami dan menguasai teknologi digital agar dapat mengakses, dan berinteraksi dengan berbagai sumber informasi *online*. Dengan demikian, literasi digital bukan hanya merupakan alat penting untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi, tetapi juga merupakan dapat membangun pembelajaran sepanjang hayat yang memungkinkan individu untuk terus berkembang dan mengambil peran aktif dalam masyarakat yang semakin terkoneksi secara digital. Oleh karenanya, penelitian ini dimotivasi oleh keinginan untuk mengevaluasi sejauh mana literasi digital *reseller* dapat menjadi faktor penentu dalam kesuksesan penjualan yang melibatkan target pasar dan sistem pemasaran. Survei yang dilakukan juga dapat mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi *reseller*. Dengan memahami tingkat literasi digital *reseller*, program pendidikan dan pelatihan dapat dirancang lebih efektif untuk meningkatkan efisiensi bisnis dan daya saing di era digital.

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga untuk perbaikan strategi pemasaran, pengembangan literasi digital, dan peningkatan kinerja penjualan bagi *reseller* di pasar yang semakin tergantung

pada teknologi digital. Oleh karenanya, penelitian ini berfokus pada survei kemampuan literasi digital dengan batasan pemanfaatan media sosial oleh *reseller*, dengan memilih Grup *Reseller* Phiress sebagai objek studi.

B. Identifikasi Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang diatas, Penelitian ini bertujuan untuk melakukan survei terhadap kemampuan literasi digital *reseller* yang dikaitkan dengan target pasar, sistem pemasaran, dan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk, perbedaan penjualan antar *reseller* melibatkan keberadaan literasi digital yang mungkin memengaruhi performa penjualan. *Reseller* yang memiliki tingkat literasi digital yang rendah mungkin mengalami kendala dalam mengadopsi strategi pemasaran digital dan memanfaatkan media sosial, yang secara langsung dapat berdampak pada ketidakmampuan mereka untuk meningkatkan penjualan produk dan merespons dengan cepat terhadap perubahan perilaku pembeli.

C. Pembatasan Masalah

Dengan merujuk kepada identifikasi masalah tersebut, semua permasalahan dibatasi mengingat adanya keterbatasan peneliti dalam hal waktu, keterampilan, tenaga, dan anggaran. Dengan demikian Peneliti membatasi penelitian ini hanya untuk anggota grup *reseller* Phiress sebagai subjek utama. Penelitian ini membatasi literasi digital pada pemanfaatan media sosial sebagai fokus utama, dengan tujuan untuk menggali secara mendalam kemampuan *reseller* dalam mengoptimalkan dan memanfaatkan *platform* media sosial sebagai alat pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Dengan memahami pembatasan-pembatasan ini, penelitian ini akan tetap berusaha memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman mengenai survei kemampuan literasi digital *reseller*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan atas Latar Belakang Masalah serta Identifikasi Masalah yang telah dituliskan, maka didapatkan suatu Perumusan Masalah mengenai

bagaimana kemampuan literasi digital *reseller* dalam bidang pemasaran digital.

E. Tujuan Umum Penelitian

Penelitian ini ditujukan secara umum untuk mendapatkan suatu pemahaman yang mendalam terkait dengan kemampuan literasi digital *reseller* serta dampaknya terhadap kinerja dan strategi pemasaran mereka. Penelitian ini akan berfokus pada pengukuran tingkat pemahaman *reseller* terhadap literasi digital, mencakup pemanfaatan teknologi digital dan penggunaan media sosial.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada literatur yang berkaitan dengan kemampuan literasi digital dan pemasaran digital sebagai *reseller*. Hasil penelitian ini dapat membuka pemahaman baru tentang bagaimana literasi digital memengaruhi strategi pemasaran dan penjualan.
- b. Penelitian ini dapat memberikan dukungan empiris untuk teori bisnis dan keuangan dengan menggambarkan cara *reseller* memanfaatkan kemampuan literasi digital mereka
- c. Menjadi bahan referensi maupun rujukan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. *Reseller* Phiress

Informasi dari penelitian ini dapat memberdayakan anggota Grup *Reseller* Phiress dengan pengetahuan yang lebih baik tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui peningkatan manfaat literasi digital, sehingga meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka

b. Peneliti

Memberikan wawasan dan pengalaman bagi peneliti untuk meningkatkan pendekatan dengan *reseller* phiness dan lebih banyak belajar mengenai kemampuan literasi

