PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP EFISIENSI BISNIS PAKAIAN DI ANGEL STORE BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah



Disusun Oleh:

Asma Ul Husna
NIM: 3720098

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINNGI
2025/1445

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital telah membuka peluang besar di sektor ekonomi. Teknologi baru memungkinkan berbagai jenis bisnis untuk melakukan transaksi di seluruh dunia dalam waktu singkat. Big data dan analisa data juga membantu perusahaan mengambil keputusan yang tepat dalam waktu yang lebih singkat, memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik. Inovasi dan teknologi digital telah membantu memberdayakan pelaku ekonomi di seluruh dunia dengan memungkinkan transaksi, pembayaran, pertukaran informasi, dan transparansi finansial. E-commerce, seperti shopee, Lazada, OLX, Tiktok Shop telah mencakup pasar yang lebih luas, memungkinkan perusahaan bergerak ke arah model bisnis yang lebih agile. E-pembayaran, seperti Sistem Pembayaran Fasilitasi Real-Time, telah memudahkan orang untuk bertransaksi online, sehingga membuat distribusi produk lebih cepat dan lebih berguna. Inovasi dan teknologi baru telah menciptakan sebuah ekonomi digital yang akan memberi dampak positif bagi pelaku ekonomi di seluruh dunia.

Saat ini, media digital dan perangkat lunak digunakan dalam bisnis dan kehidupan sehari-hari dalam kombinasi pendidikan.[1] Hal ini membuat

[1] M. Hasan , I.R. Santoso , D.A. Syahfitri , Amalia ,S.A.Y. Karoma ,Selviana, Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur, (Journal of Business Management Education | Volume 6, Number 1, May 2021) hal. 28-39

pemahaman seseorang terhadap media digital dan perangkat lunak menjadi hal yang penting dalam pengembangan bisnis. Pemahaman seseorang akan media digital dan perangkat lunak juga disebut sebagai literasi digital. Literasi digital diperoleh seseorang ketika ia dapat menggabungkan literasi teknologi dan literasi informasi. Hamburg dalam Hasal dkk juga mengatakan bahwa literasi digital merupakan teknologi yang membaca, menulis, dan mendaftar item teks/digital untuk dimasukkan ke dalam mode digital. Digitalisasi berarti banyak proses transformasi dan implikasinya bagi wirausaha serta kewirausahaan.[2]Dalam kata lain, mereka menyatakan bahwa Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan perangkat digital.

Dengan memanfaatkan pengetahuan literasi digital, pengusaha tidak hanya memanfaatkan media digital, namun juga mampu mengintegrasikan penggunaan media tersebut dengan aktivitas sehari-hari, khususnya dalam mendukung usaha yang dimiliki. Hal ini termasuk dalam kegiatan promosi dan pemasaran menggunakan sosial media seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Dengan demikian, strategi pemasaran online ini memiliki dampak positif dalam meningkatkan perkembangan usaha dan keuntungan yang didapatkan oleh pengusaha.[3] Semakin sering pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dimiliki, semakin besar pula

[2] M. Hasan , I.R. Santoso , D.A. Syahfitri , Amalia ,S.A.Y. Karoma ,Selviana, Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur, (Journal of Business Management Education | Volume 6, Number 1, May 2021) hal. 29

[3] W. James Potter, Media Literacy, (Singapur: SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd, 201 5)

keuntungan yang dapat mereka peroleh dari usahanya. Pemanfaatan media digital adalah suatu keharusan bagi pengusaha karena dapat membantu meningkatkan keberhasilan usaha. Pengusaha yang memiliki pengetahuan literasi digital dapat memanfaatkan media digital seperti sosial media untuk meningkatkan strategi pemasaran dan promosi produknya. Dengan mengintegrasikan aktivitas sehari-hari dengan penggunaan media digital, pengusaha dapat mencapai target pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Potter juga menekankan bahwa semakin sering pengusaha memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dimiliki, semakin besar pula keuntungan yang dapat dihasilkan.

Namun, pemanfaatan media digital oleh pengusaha tidak hanya sebatas memanfaatkan sosial media untuk promosi dan pemasaran. Pengusaha juga dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka melalui literasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Melalui media digital, pengusaha dapat menemukan informasi dan pelatihan yang berhubungan dengan bidang usaha yang dijalani. Dengan demikian, pengusaha dapat terus memperbaharui pengetahuan dan strategi untuk meningkatkan keberhasilan usaha.

Berdasarkan wawancara awal yang peneliti lakukan dengan pemilik Angel Store dapat dijelaskan sebagai berikut; Pemilik Angel Store memiliki tiga akun online shop, yaitu Angel Store di Facebook, Angel Daster di Instagram, dan Angel Outfit di TikTok. Hal ini memudahkan pelanggan untuk mengakses

dan berbelanja di toko online mereka. Selain itu, pemilik juga menggunakan tiga gadget untuk live streaming bagi karyawan dan dua gadget untuk manajemen bagi manager atau pemilik. Toko Angel Store buka setiap hari dari jam 9 pagi sampai jam 9 malam, sedangkan toko online buka 24 jam. Karyawan dapat mengoperasikan toko secara online, sehingga memudahkan pelanggan untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Untuk live streaming di TikTok, Angel Store mulai pada jam 8 malam. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk yang dijual. Pemilik juga bekerja sama dengan jasa pengiriman JNT untuk memudahkan proses pengiriman barang dan membantu dalam pembukuan

Pemilik Angel Store mengatakan bahwa penjualan harian yang didapat secara offline mencapai angka rata-rata Rp. 500.000 per hari, sedangkan penjualan secara online mencapai angka rata-rata Rp. 1.000.000 per hari. Hal ini menunjukkan bahwa toko online memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan penjualan. Pemilik juga menambahkan bahwa ketika TikTok Shop ditutup secara menyeluruh di Indonesia karena demonstrasi para toko offline, pendapatan toko secara offline meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap berbelanja langsung di angel store walaupun tiktok shop ditutup.

Namun, pemilik mengatakan ada beberapa kekhawatiran yang ia alami dalam menjalankan bisnis tokonya. Pertama, ia mengatakan bahwa pengetahuan pemilik terhadap penggunakan kata kunci / hashtag penting guna membuat

algoritama online shop menguntungkan penjual. Hal ini sudah beberapa kali pemilik usahakan, tapi tetap tidak membuahkan hasil

Hal kedua yang menjadi masalah yaitu target penjual, untuk pembeli luar Sumbar, ongkos kirim sebuah paket akan naik secara drastis, menyebabkan pelanggan luar sumbar enggan membeli produk di angel store. Hal inilah yang membuat pemilik hanya fokus mengiklankan produknya hanya pada kawasan Sumbar.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian tentang ”Pengaruh Literasi Digital Terhadap Efesiensi Bisnis Pakaian di Angel Store” sangat penting dilakukan agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya literasi digital dalam meningkatkan efesiensi dan produktivitas bisnis pakaian seperti Angel Store. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemilik Angel Store dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja karyawan dalam menggunakan media digital. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha lainnya dalam memahami pentingnya literasi digital dan pemanfaatannya dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis mengidentifikasi masalah yang ditemukan dilapangan sebagai berikut:

1. Algortima online shop yang tidak menentu, sehingga menyulitkan Angle Store untuk bisa terus menerus menjadi sorotan utama di beranda pengguna online shop
2. Ongkos kirim produk ke luar daerah yang terlalu mahal, membuat pelanggan jadi enggan untuk belanja

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara liteasi digital terhadap efisiensi bisnis Pakaian di Angel Store Bukittinggi?

D. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, penulis membatasi masalah penelitian pada hubungan antara literasi digital dengan efisiensi bisnis pakaian di Angel Store Bukittinggi

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan dan Batasan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara liteasi digital dengan efisiensi bisnis Pakaian di Angel Store Bukittinggi

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Universitas Sejch M Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Bagi Praktisi

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah membantu para pengusaha lokal di Angel Store Bukittinggi dalam meningkatkan efisiensi bisnis pakaian dengan meningkatkan liteasi digital. Hasil dari penelitian ini akan memberikan informasi yang berharga bagi pengusaha untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara liteasi digital dan efisiensi bisnis pakaian di pasar. Dengan penelitian ini, para pengusaha dapat memahami strategi yang harus diambil untuk meningkatkan efisiensi bisnis melalui peningkatan liteasi digital.

G. Penjelasan Judul

Agar terhindar dari kesalah pahaman dan juga dapat memudahkan pembaca dalam memahami permasalahan penelitian ini sehingga tidak terjadi kesalahan dan kekeliruan, maka penulis perlu menjelaskan makna dan maksud dari berbagai istilah yang terdapat dalam judul ini.

Literasi Digital : Literasi digital berkait dengan kesanggupan individu untuk memahami data bisnis dari berbagai asas atau alat digital dalam pelbagai bidang ilmu.

Efesiensi Bisnis : Efisiensi dapat didefinisikan sebagai rasio antara output dengan input. Ada tiga faktor yang menyebabkan efisiensi, yaitu apabila dengan input yang sama menghasilkan output yang lebih besar, input lebih kecil menghasilkan output yang sama, dan input besar menghasilkan output yang lebih besar

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Literasi Digital

a. Pengertian Literasi Digital

Menurut Grassian literasi digital tidak saja berhubungan mengenai kecakapan membaca, namun perlu pemaknaan dan pemahaman. Konsep literasi digital erat kaitannya dengan kecakapan pemahaman informasi, tindakan evaluasi dan integrasi informasi pada berbagai format yang disediakan perangkat teknologi. Evaluasi dan Penafsiran informasi secara kritis merupakan satu diantara banyak konsep literasi digital.[1]

Digital Literacy atau literasi digital juga dikemukakan oleh Feri Sulianta, ia mendefinisikannya sebagai keterampilan dalam menggunakan teknologi dan informasi dari sebuah piranti digital seperti komputer secara efektif yang dimanfaatkan dalam berbagai bidang, seperti bidang akademik, pekerjaan maupun kegiatan sehari-hari.[2]

[1] Grassian, Digital Literacy (New York: Wiley, 2014)

[2] Feri Sulianta, Literasi Digital, Riset, Perkembangannya & Perspektif Social Studies (Jakarta : Feri Sulianta,2020) , h. 6

Pendapat lain dikemukakan oleh UNESCO yang menyatakan digital literacy merupakan suatu landasan penting bagi pengembangan kemampuan dalam memahami suatu perangkat teknologi, komunikasi maupun informasi. Digital Literacy tidak bisa terlepas dari kegiatan literasi seperti keterampilan dalam membaca, menulis, namun juga mencakup kemampuan dan sikap kreatif dan inspiratif didalam kompetensi digital. Dengan kata lain, digital literacy mencakup keterampilan dasar yang mencakup penggunaan dan produksi media digital, kreasi, keterampilan komputasi professional,pemrosesan, dan pengambilan informasi di suatu jejaring sosial.[3]

Berdasarkan pendapat ahli diatas, literasi Literasi digital adalah keterampilan dalam menggunakan teknologi dan informasi dari sebuah perangkat digital seperti komputer secara efektif yang dimanfaatkan dalam berbagai bidang, seperti bidang bisnis, pekerjaan maupun kegiatan sehari-hari. Literasi digital pada dasarnya merupakan landasan penting bagi pengembangan kemampuan dalam memahami suatu perangkat teknologi, komunikasi maupun informasi, yang meliputi pemahaman, evaluasi, dan integrasi informasi pada berbagai format yang disediakan perangkat teknologi, kemampuan dan sikap kreatif dan inspiratif dalam kompetensi digital, serta keterampilan dasar yang mencakup penggunaan dan produksi media digital, kreasi, keterampilan

[3]Andrea Karpati, Digital Literacy in Education,2021,(iite.unesco.org),

komputasi professional, pemrosesan, dan pengambilan informasi di suatu jejaring sosial.

b. Komponen Literasi Digital

Menurut Gilster didalam Lankshear, ada 4 komponen penting didalam literasi digital yaitu:[4]

1) Penyusunan pengetahuan

Kemampuan untuk secara efektif mengidentifikasi, mendapatkan, mengatur, dan menganalisis informasi digital.

2) Evaluasi Konten Informasi

Kemampuan untuk menilai makna, kualitas, dan relevansi informasi digital.

3) Pencarian Internet

Kemampuan untuk mengidentifikasi, menemukan, dan menggunakan sumber daya berbasis Internet untuk menjawab kebutuhan informasi sehari-hari.

4) Panduan Arah Hypertext

[4] Colin Lankshear & Michele Knobel, Digital Literacy and Digital Literacies, (Nordic Journal of Digital Literacy, 2015, p. 8–20 ISSN online: 1891-943X), hal.9

Kemampuan untuk secara efektif menggunakan tautan, struktur menu, dan opsi navigasi lainnya dalam dokumen berbasis Web.

Menurut Belshaw, ada 8 komponen literasi digital dia menybutnya sebagai 8C, yaitu:[5]

1) Cultural

kebutuhan untuk memahami berbagai konteks digital yang mungkin dialami individu. Sebagai contoh, seorang remaja mungkin perlu mengerti bahwa VLE atau platform pembelajaran sekolah mereka adalah domain semiologi yang berbeda.

2) Cognitive

Satu cara menafsirkan unsur ini telah menjadi tulang punggung bentuk kemampuan literasi secara tradisional. Ini berarti bahwa dengan definisi tradisional, kemampuan literasi tentang 'memperluas pikiran', suatu fenomena psikologis di mana seseorang berinteraksi dengan bentuk kemampuan literasi yang didefinisikan secara objektif.

3) Constructive

[5] Douglas A.J. Belshaw, What is ‘digital literacy’? (United Kingdom: Public Domain, 2016), hal 206-213

Ini berhubungan dengan membuat sesuatu yang baru, termasuk menggunakan dan mencampur ulang konten dari sumber lain untuk membuat sesuatu yang asli.

4) Communicative

Komponen komunikatif dari literasi digital adalah mengenai bagaimana media komunikasi bekerja. Ini, pada dasarnya, adalah anggota inti dari cara berkomunikasi di lingkungan digital berbasis jaringan.

5) Confident

Kebutuhan akan kepercayaan diri ini didasarkan pada pemahaman bahwa lingkungan digital dapat lebih bersahabat terhadap eksperimen daripada lingkungan fisik. Misalnya, kemampuan untuk 'membatalkan' tindakan memungkinkan individu untuk menghadapi situasi di lingkungan digital dengan cara yang berbeda.

6) Creative

Komponen Kreatif dari literasi digital adalah tentang melakukan hal-hal baru dengan cara-cara baru. Ini adalah tentang menggunakan teknologi untuk melakukan tugas dan mencapai hal yang sebelumnya tidak mungkin atau sulit dijangkau oleh orang awam.

7) Critical

Komponen kritis dari literasi digital oleh karena itu melibatkan refleksi terhadap praktek literasi dalam berbagai bidang.

8) Civic

Mengingat kemampuan untuk praktik literasi yang dihasilkan oleh teknologi dan alat baru untuk mendukung pengembangan masyarakat yang beraturan

Selanjutnya, Hanik menambahkan 4 komponen digital literasi yaitu sebagai berikut:[6]

1) Pemahaman

Meliputi kecakapan dalam mengekstrak ide, baik secara sederhanamaupun secara mendalam

2) Saling ketergantungan

Yaitu suatu media mempunyaihubungan dengan media lainnya secara harfiah, ideal, metaforis dan potens

3) Faktor sosial

[6] Elya Umi Hanik, "Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Madrasah Ibtidaiyah", Jurnal Elementary Islamic Teacher 8, No. 1 (2020): 192-196, http:// journal.iainkudus.ac.id/index.php/elementary.

Adanya ekosistem organikyang bertujuan mencari, menyimpan dan berbagi informasi yang membentuk ulang media itu sendiri

4) Kurasi

Meliputi kerjasama dalam penemuan, pengumpulan dang pengornasisasian informasi yang berharga

Berdasarkan pakar diatas, komponen-komponen pada literasi digital dapat disimpulkan sebagai berikut. Pemahaman terhadap informasi secara digital untuk memperluas pikiran, evaluasi bahan yang ditemukan secara digital, kemampuan untuk mengumpulkan informasi secara digital secara tepat, kemampuan untuk menciptkan hal baru, kemampuan berkomunikasi dengan sesama pengguna digital, kepercayaan diri dalam menggunakan produk digital, kemampuan untuk menggunakan sesuatu dengan cara baru, kemampuan untuk melakukan refleksi diri, dan terakir yaitu kemampuan untuk bisa fokus atau tidak melenceng saat menggunakan digital.

c. Manfaat Digital Literasi

Literasi digital memiliki manfaat baik individu bahkan sampai kinerja organisasi. Survey yang pernah dilakukan oleh BCS, The Chartered Institute for IT menunjukan 90% pemilik perusahaan menganggap literasi digital bagi karyawan sangat bermanfaat bagi

perusahaan atau organisasi karena saat ini semua pekerjaan tidak terlepas dari beberapa aspek teknologi. Karyawan akan lebih termotivasi dengan adanya transisi digital.[7] Hal ini menjadi nilai tambah bagi perusahaan karena dengan adanya transisi digital perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor perusahaan lain.

Manfaat lainnya dalam literasi digital seperti yang dikemukakan oleh Brian dalam Eti 10 manfaat adanya literasi digital yaitu: menghemat waktu, belajar lebih cepat, menghemat uang, membuat lebih aman, selalu memperoleh informasi terkini,selalu terhubung, membuat keputusan lebih baik, membuat seseorang bekerja lebih baik, membuat lebih bahagia, dan mempengaruhi dunia.[8]

2. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar merupakan area pertemuan di antara penjual dan pembeli, atau keseimbangan antara penawaran dan permintaan yang menciptakan harga. Dengan kata lain, pasar adalah tempat dimana transaksi jual beli barang dan jasa dilakukan oleh penjual dan pembeli. Peran pasar sangat penting dalam dunia ekonomi, karena keberlangsungan mata

[7] Hadi Susilo, "Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Informasi Keislaman terhadap Hasil Belajar Afektif Pendidikan Agama Islam Peserta Didik SMAN 1 Kendal", Tesis pada UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2019, h. 41,

[8] 5Eti Sumiati, "Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid 19", Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, Vol.3, No.2,2020, h.70-71

pencaharian manusia tidak dapat tercapai tanpa adanya aktivitas pertukaran atau barter.[9]

Di pasar, penjual dan pembeli memenuhi kebutuhan mereka dengan melakukan transaksi atas barang dan jasa. Terdapat juga faktor lain yang mempengaruhi terbentuknya pasar. Tujuan untuk mencapai keuntungan merupakan faktor utama yang mendorong mekanisme pasar, seperti investasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Bagi seorang Muslim, pasar memiliki peran penting dalam kehidupan dan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkuat hubungan spiritual dengan Tuhannya. Sebagai konsekuensinya, bertransaksi di pasar dianggap sebagai bentuk ibadah dan bagian tak terpisahkan dalam kehidupan ekonomi seorang Muslim.[10]

b. Bentuk Pasar

Bentuk pasar dapat dilihat dari sisi penjual dan sisi konsumen. Dari sisi penjual, pasar dapat dibedakan atas berikut:[11]

1) Pasar Persaingan Sempurna

[9] Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam, h. 265

[10] Said Sa'ad Marthon, Ekonomi Islam, (Jakarta: Zikrul hakim, 2017), h. 87

[11] Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif, (Jakarta: Gramedia,2014), h. 39.

Pada pasar persaingan sempurna, aktivitas persainganya tidaklah nampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen (sehingga pangsa pasar mereka menjadi terkotak-kotak atau kecil-kecil) dan konsumen dapat menjual atau berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar.

2) Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh satu penjual saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal, serta terdapat hambatan untuk masuknya pesaing dari luar.

3) Pasar Oligopoli

Pasar Oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan atau aktivitas pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.

4) .Pasar Persaingan Monoplistik

Pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dengan monopoli. Ini karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk-keluar pasar, selain itu, barang yang dijual pun tidak homogen. Oleh karena barang-barang yang heterogan itu

dimiliki oleh beberapa perusahaan besar saja, pasar ini mirip dengan monopoli.

Dari sisi konsumen, pasar dapat dibedakan menjadi berikut:[12]

1) Pasar Konsumen

Pasar konsumen merupakan sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsikan, bukannya dijual atau diproses lebih lanjut. Termasuk dalam pasar konsumen ini adalah pembelipembeli individual atau pembeli rumah tangga (non-bisnis). Barang yang dibeli adalah barang konsumsi.

2) Pasar Industri

Pasar industri adalah pasar yang terdiri atas individu-individu dan lembaga atau organisasi yang membeli barang-barang untuk dipakai lagi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memproduksi barang lain yang kemudian dijual. Barang yang dibeli adalah barang industri.

3) Pasar Penjual Kembali (Reseller)

[12] Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif, (Jakarta: Gramedia,2014), h. 39

Pasar reseller adalah suatu pasar yang terdiri dari individu-individu dan organisasi yang membeli barang-barang dengan maksud untuk dijual kembali atau disewakan agar mendapat laba. d. Pasar Pemerintah Pasar pemerintah adalah pasar dimana terdapat lembagalembaga pemerintah, seperti departemen-departemen, direktorat, kantor-kantor dinas, dan instansi lain yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk menjalankan tugas-tugas pemerintah.

3. Teori Penentuan Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel: harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas (feature) produk dan perjanjian distribusi. Pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi perusahaan.[13]

Namun, banyak perusahaan yang tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan yang paling utama adalah penetapan harga yang terlalu berorientasi biaya, harga kurang sering direvisi untuk

[13] Philip Kotler dan A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), h. 634.

mengambil keuntungan dari perubahan pasar, harga ditetapkan secara independen dari bauran pemasaran lainnya dan bukannya sebagai unsur intrinsik daritrategi penentuan posisi pasar, serta harga kurang cukup bervariasi untuk berbagai macam produk, segmen pasar dan saat pembelian.[14]

b. Tujuan Penetapan Harga

Pertama-tama perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapainya dari produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih pasar sasaran posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga akan otomatis sejalan dengannya. Jadi, strategi penetapan harga sebagian besar ditentukan oleh keputusan sebelumnya dalam penempatan pasar.[15]

Pada saat yang sama, perusahaan mungkin mengejar tujuan lainnya. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah menetapkan harga. Tiap alternatif harga memiliki pengaruh yang berbeda atas tujuan-tujuan seperti laba, penjualan, dan pangsa pasar.[16]

Suatu perusahaan dapat mengejar enam tujuan melalui penetapan harga:[17]

---

[14] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), h. 519
[15] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), d, 637
[16] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), 638
[17] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), h.520

1) Kelangsungan Hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utama jika mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan terus berputar, perusahaan akan menurunkan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Akan tetapi, kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangkapendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus belajar meningkatkan nilainya, jika tidak maka ia akan punah.

2) Laba Sekarang Maksimum

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimumkan laba sekarang. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba sekarang, arus kas, atau tingkat pengembalian investasi yang maksimum. Strategi itu mengasumsikan bahwa perusahaan mengetahui fungsi permintaan dan biayanya, dalam kenyataannya kedua hal tersebut sukar untuk diperkirakan. Dengan menekankan kinerja keuangan sekarang perusahaan mungkin mengorbankan kinerja jangka

panjang, mengabaikan pengaruh berbagai variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing, dan pembatasan hukum atas harga.

3) Pendapatan Sekarang Maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimisasi pendapatan akan menghasilkan maksimisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

4) Petumbuhan Penjualan Maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitif terhadap harga. Ini disebut penetapan harga penetrasi-pasar

Kondisi-kondisi berikut mendukung penetapan harga yang rendah:[18]

[18] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), 640

a) Pasar sangat sensitif terhadap harga, dan harga rendah akan mendorong pertumbuhan pasar yang lebih tinggi.
b) Biaya produksi dan distribusi akan menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi
c) Harga yang rendah akan membuat takut pesaing lama maupun potensial

5) Harga yang rendah akan membuat takut pesaing lama maupun potensial

Banyak perusahaan menyukai penetapan harga tinggi untuk menyaring pasar. Penyaringan lapisan pasar hanya mungkin dalam kondisi-kondisi berikut:[19]

a) Adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi.
b) Biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar.
c) Harga awal yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing ke pasar.
d) Harga yang tinggi menyatakan citra produk yang superior (unggul

6) Kepemimpinan Mutu Produk

[19] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo, 2014), 640

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk di pasar

4. Efesiensi Bisnis

a. Definisi Efisiensi dalam Bisnis

Efisiensi merupakan hal yang sangat umum digunakan didalam dunia kerja, istilah efisiensi mengacu pada tingkat kinerja yang menggunakan jumlah input paling sedikit untuk mencapai jumlah output tertinggi. Efisiensi membutuhkan pengurangan jumlah sumber daya yang tidakperlu yang digunakan untuk menghasillkan output tertentu, termasuk waktu dan energi.[20]

Menurut Tony Robbins, efisiensi bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan output-nya berdasarkan waktu, uang, dan sumber daya yang dimiliki.Efisiensi bisnis mengukur seberapa baik perusahaan bisa mengelola bahan baku, tenaga kerja, dan modal yang dimiliki menjadi layanan atau produk untuk menghasilkan revenue.Salah satu tujuan dari efisiensi bisnis yaitu untuk mengurangi biaya bisnis sambil memaksimalkan output-nya. Hal ini dilakukan supaya profit margin perusahaan meningkat.[21]

---

[20] Robbins, T. (2023). *Unleashing Business Potential: Maximizing Efficiency for Greater Profit*. Success Books.

[21] Robbins, T. (2023). *Unleashing Business Potential: Maximizing Efficiency for Greater Profit*. Success Books.

b. Jenis – Jenis Efisiensi

1) Efisiensi Berdasarkan Tolak Ukur

Efisiensi berdasarkan tolak ukur adalah suatu perbandingan antara tolak ukur hasil minimum yang telah ditentukan, dengan hasil nyata yang telah dicapai. Akan dinyatakan efisien jika hasil nyata yang diterima lebih besar dari tolak ukur hasil minimum yang ditentukan dari awal.[22]

2) Efisiensi Berdasarkan Titik Impas

Efisiensi berdasarkan titik impas atau Break Even Point (BEP) sering digunakan dalam bidang usaha, yang mana titik impas merupakan titik yang membatasi antara usaha yang efisien dengan usaha yang tidak efisien. Titik impas merupakan kondisi dimana dalam setiap produksi barang atau jasa, jumlah keseluruhan pendapatan setara dengan jumlah keseluruhan pengeluaran.[23]

Dengan kata lain, pada posisi titik impas ini, keuntungan akan bernilai nol mutlak, atau istilah yang dikenal oleh masyarakat awam adalah balik modal. Suatu bisnis atau usaha akan dikatakan efisien jika titik impasnya dapat tercapai, serta

[22] Anderson, B., & White, J. (2020). *Principles of Business Efficiency*. Harvard Business Press.

[23] Jones, M. (2022). *Business Economics and Break Even Analysis*. Oxford University Press.

bisnis tersebut bisa mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi dari nilai titik impas tersebut.[24]

3) Efisiensi Optimal

Efisiensi optimal merupakan suatu perbandingan terbaik antara usaha yang dilakukan untuk dapat menghasilkan suatu keluaran yang diinginkan. Jika dilihat dari segi hasil, contoh efisiensi yang optimal, yaitu ketika seorang manajer dapat mencapai suatu hasil seperti produktivitas atau performa yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha seperti waktu, tenaga kerja, bahan, dan biaya, yang digunakan dalam prosesnya.[25] Sedangkan, jika dilihat dari segi penghematan, contoh efisiensi yang dikatakan optimal, yaitu menggunakan peralatan yang canggih dan modern, yang memungkinkan proses kerja menjadi lebih cepat, sehingga akan menghemat waktu dan biaya.[26]

c. Indikator Efisiensi Bisnis

1) Efisiensi Produksi

Efisiensi merupakan hasil perbandingan antara output fisik dengan input fisik. Semakin tinggi rasio output terhadap

[24] Smith, J. (2021). *Understanding Break Even Points in Business Finance*. Cambridge Publishing.
[25] Green, R. (2020). *Operational Efficiency in the Digital Age*. Pearson.
[26] Brown, P., & Clark, T. (2021). *Maximizing Efficiency in Modern Business*. Wiley.

input maka semakin tinggi tingkat efisiensi yang dicapai [27], sedangkan efisiensi menurut McEachern, efisiensi merupakan keadaan apabila sumber daya tidak dapat direalokasikan untuk meningkatkan produksi suatu barang tanpa menurunkan produksi barang lain.[28]

Efisiensi merupakan banyaknya hasil produksi fisik yang dapat diperoleh dari kesatuan produksi atau input. Situasi seperti ini akan terjadi apabila peternak mampu membuat suatu upaya agar nilai produk marjinal (NPM) untuk suatu input atau masukan sama dengan harga input (P) atau dapat dituliskan sebagai berikut (Soekartawi,1993):

NPMx = Px ; atau

NPMx/Px = 1

Dalam banyak kenyataan NPMx tidak selalu sama dengan Px dan yang sering terjadi adalah sebagai berikut:

1. (NPMx/Px)>1 ; artinya bahwa penggunaan input x belum efisien. Untuk mencapai tingkat efisien maka input harus ditambah.
2. (NPMx/Px)<1 ; artinya penggunaan input x tidak efisien. Untuk mencapai atau menjadi efisien maka input harus dikurangi.

[27] Maria H Tutuarima, Analisis Efisiensi Produksi: Pendekatan Frontier pada usahatani Cabai di Desa Pengaradan Kecamatan Tanjung Kabupaten Brebes, (Brebes: UNDIP, 2009)

[28] McEachern, William A. (2001). Ekonomi Mikro, Terjemamahan: Triandaru, Sigit. Jakarta: Salemba Empat

Menurut Nicholson, alokasi sumber daya disebut efisien secara teknis jika alokasi tersebut tidak mungkin meningkatkan output suatu produk tanpa menurunkan produksi jenis barang lain.[29] Farrel dan Kartasapoetra dalam Marhasan mengklasifikasikan konsep efisiensi ke dalam efisiensi harga (*price or allocative efficiency*) dan efisiensi teknik (*technical efficiency*).[30]

2) **Efisiensi Teknis**

Efisiensi teknis ini mencakup hubungan antara input dan output. Suatu perusahaan efisien secara teknis bilamana produksi dengan output terbesar yang menggunakan set kombinasi beberapa input saja. Menurut Miller dan Meiners efisiensi teknis (*technical efficiency)* mensyaratkan adanya proses produksis yang dapat memanfaatkan input yang sedikit demi menghasilkan output dalam jumlah yang sama.[31]

3) **Efisiensi Harga/ alokatif**

Efisiensi harga atau alokatif menujukkan hubungan biaya dan output. Efisiensi alokatif tercapai jika perusahaan tersebut mampu memaksimalkan keuntungan yaitu menyamakan nilai produk marginal setiap faktor produksi dengan harganya.

[29] Nicholson, W. 2002. Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya. Erlangga, Jakarta

[30] Marhasan, A. 2005. Analisis Efisiensi Ekonomi Usaha Tani Murbei dan Kokon di Kabupaten Enrekang. Institut Pertanian Bogor. Bogor

[31] Miller, R. L., R. E. Meiners, 2000. Teori Ekonomi mikro Intermediate. Raja Grafindo Persada, Jakarta

Efisiensi alokatif ini terjadi bila perusahaan memproduksi output yang paling disukai oleh konsumen[32]

4) **Efisiensi Ekonomis**

Efisiensi ekonomis dapat tercapai bila kedua efisiensi yang pertama telah tercapai dan memenuhi dua kondisi, antara lain:

a) Syarat keperluan (*necessary condition)* menunjukkan hubungan fisik antara input dan output, bahwa proses produksi pada waktu elastisitas produksi antara 0 dan 1. Hasil ini merupakan efisiensi produksi secara teknis.
b) Syarat kecukupan (*sufficient condition*) yang berhubungan dengan tujuannya yaitu kondisi keuntungan maksimum tercapai dengan syarat nilai produk marginal sama dengan biaya marginal.

Konsep yang digunakan dalam efisiensi ekonomis adalah meminimalkan biaya artinya suatu proses produksi akan efisien secara ekonomis pada suatu tingkatan output apabila tidak ada proses lain yang dapat menghasilkan output serupa dengan biaya yang lebih murah.

[32] McEachern, William A. (2001). Ekonomi Mikro, Terjemamahan: Triandaru, Sigit. Jakarta: Salemba Empat

B. Kajian Terdahulu

Berikut ini beberapa kajian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti. Sudah banyak penelitian yang berkaitan dengan topic yang peneliti amati meskipun tidak sama persis. Dari penelusuran yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan memiliki beberapa kesamaan dengan permasalahan yang akan peneliti teliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Supandi dan Ria Susanti Johan pada tahun 2022 dengan judul **"Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Kecamatan Cilandak"** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran memiliki hubungan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Asni Aulia, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, Muhammad Ihsan Said Ahmad, dan Tuti Supatminingsih dengan judul "**Kajian Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng"**. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi digital pedagang pakaian di pasar Baru Kabupaten Bantaeng, dapat dikategorikan cukup baik untuk mendukung perkembangan pedagang pakaian tersebut. Hal ini disebabkan para pedagang punya pemahaman terhadap usaha yang didirikan, tidak pernah lalai dalam

melaksanakan kewajiban serta hal-hal yang dapat mengganggu keberadaan usaha tersebut. Sedangkan keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa usaha pedagang pakaian di psar Baru Kabupaten Bantaeng dapat dikategorikan cukup baik, karena bisa berkembang dengan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Khusniatuz Zahro dengan judul **"Kemampuan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha Pada Kalangan Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya"**. Hasil dari penelitian ini menunjukan kemampuan literasi digital pada pelaku usaha skala kecil di kota Surabaya dalam kategori sangat tinggi. Terdapat dampak positif kemampuan pemasaran online terhadap omset penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rezi Laras Ayu Mutiah dengan judul **"Pengaruh Digital Literacy Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta"** Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara digital literacy dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa sebesar 44%, sedangkan sisanya 56% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayati, Besse Wediawati, dan Novita Sari dengan judul **"Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi**

Dan Bisnis Universitas Jambi)" Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dibidanag start-up, dan Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha dibidang start-up

Penelitian yang dilakukan oleh Nindi Aulia Putri , Sri Indah Nikensari, dan Karuniana Dianta Arfiando Sebayang dengan judul **"Analisis Literasi Digital, Dukungan Modal Usaha Dan Kepercayaan Diri Terhadap Kemudahan Berbisnis Secara Digital".** Hasil penelitian ditemukan bahwa literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri berpengaruh secara signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Adapun literasi digital dan dukungan modal usaha berpengaruh terhadap kepercayaan diri. Selain itu kepercayaan diri dapat menjadi variabel intervening antara literasi digital dan dukungan modal usaha terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Untuk peneliti berikutnya diharapkan untuk lebih menggali aspek lain yang bisa mempengaruhi kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas.

Dari semua penelitian diatas, penulis menyimpulkanya kedalam tabel dibawah:

Tabel 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Agus Supandi dan Ria Susanti Johan	Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Kecamatan Cilandak	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran memiliki hubungan positif terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak Jakarta Selatan.	Penelitian saat ini akan fokus pada hubungan antara literasi digital dan efisiensi bisnis dalam konteks konveksi pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu lebih membahas tentang pengaruh strategi pemasaran online terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Cilandak, Jakarta Selatan. Selain itu, penelitian terdahulu mengambil sampel dari pelaku UMKM yang beroperasi di daerah tersebut, sedangkan penelitian saat ini akan mengambil sampel dari konveksi pakaian di Angel Store Bukittinggi. Dengan fokus yang berbeda, penelitian saat ini juga akan menambah pemahaman tentang pentingnya literasi digital dalam meningkatkan efisiensi bisnis di industri konveksi pakaian.

2	Nur Asni Aulia, Muhammad Hasan, Muhammad Dinar, Muhammad Ihsan Said Ahmad, Tuti Supatminingsih	Kajian Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian Di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng	Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi digital pedagang pakaian di pasar Baru Kabupaten Bantaeng, dapat dikategorikan cukup baik untuk mendukung perkembangan pedagang pakaian tersebut. Hal ini disebabkan para pedagang punya pemahaman terhadap usaha yang didirikan, tidak pernah lalai dalam melaksanakan kewajiban serta hal-hal yang dapat mengganggu keberadaan usaha tersebut. Sedangkan keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa usaha pedagang pakaian di psar Baru Kabupaten Bantaeng dapat dikategorikan cukup baik, karena bisa berkembang dengan baik.	Penelitian saat ini berfokus pada pengaruh literasi digital terhadap efisiensi bisnis pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada kajian literasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di Pasar Baru Kabupaten Bantaeng. Selain itu, objek penelitian juga berbeda, dimana penelitian terdahulu mengambil sampel dari pedagang pakaian di pasar tradisional, sedangkan penelitian saat ini berfokus pada konveksi di kota Bukittinggi. Hal ini juga dapat mempengaruhi hasil penelitian, karena akan terdapat perbedaan dalam hal penggunaan teknologi dan efisiensi bisnis antara pasar tradisional dan konveksi modern. Namun, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap

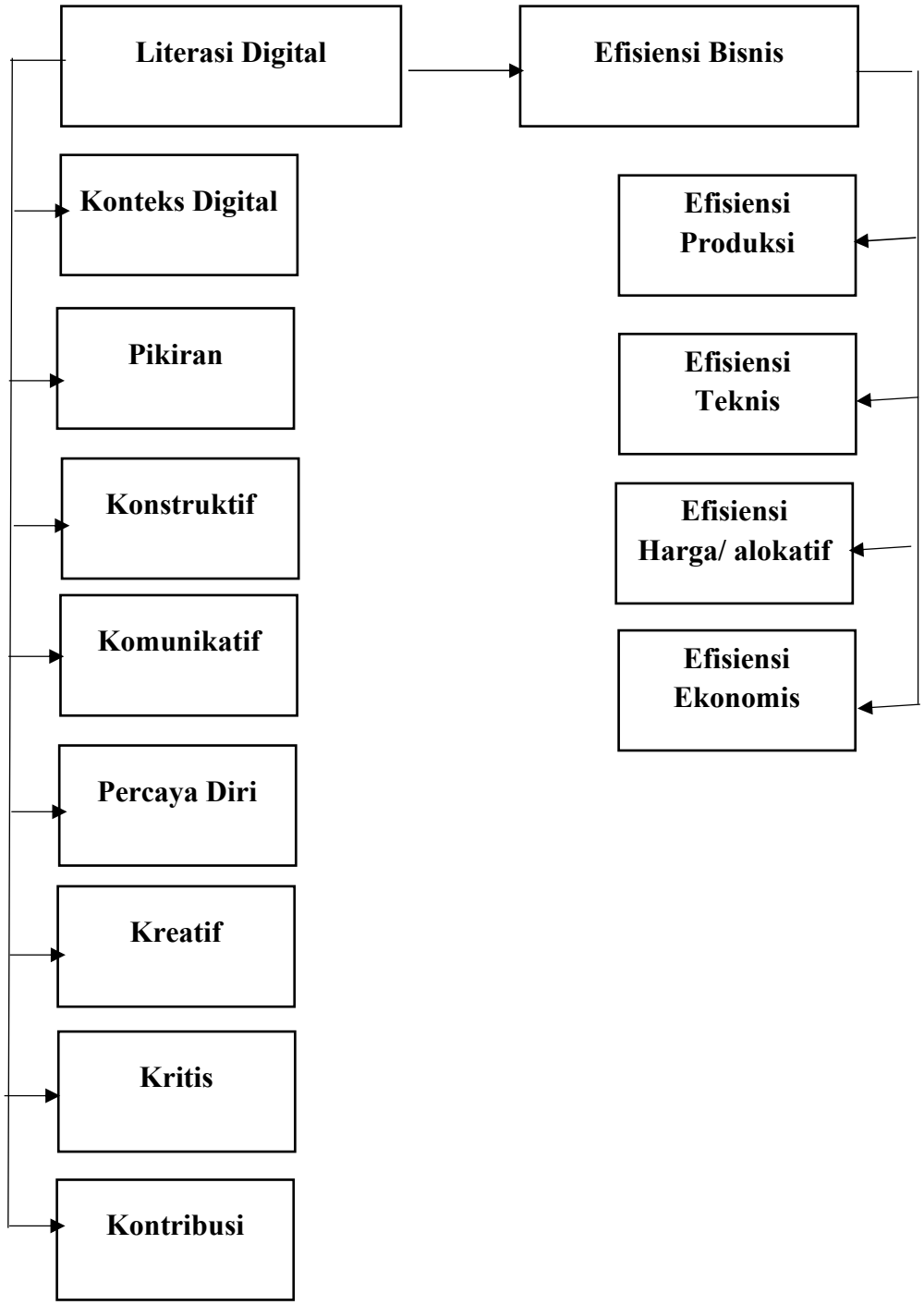
				keberlanjutan bisnis pakaian.
3	Eka Khusniatuz Zahro	Kemampuan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Keuntungan Usaha Pada Kalangan Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kota Surabaya	Hasil dari penelitian ini menunjukan kemampuan literasi digital pada pelaku usaha skala kecil di kota Surabaya dalam kategori sangat tinggi. Terdapat dampak positif kemampuan pemasaran online terhadap omset penjualan	Penelitian saat ini berfokus pada pengaruh literasi digital terhadap efisiensi bisnis pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada kemampuan literasi digital dan dampaknya terhadap keuntungan usaha pada pelaku usaha skala kecil di kota Surabaya. Meskipun kedua penelitian mengambil sudut pandang literasi digital dalam konteks bisnis, namun terdapat perbedaan pada variabel yang diteliti. Hasil penelitian saat ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih spesifik mengenai pengaruh literasi digital terhadap efisiensi bisnis pada sektor pakaian, khususnya di Angel Store Bukittinggi. Selain itu, penelitian terdahulu hanya mengungkapkan dampak positif kemampuan pemasaran online, sedangkan penelitian

				saat ini juga ingin mengetahui sejauh mana hubungan antara literasi digital dan efisiensi bisnis di sektor pakaian.
4	Rezi Laras Ayu Mutiah	Pengaruh Digital Literacy Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara digital literacy dan penggunaan e-commerce terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa sebesar 44%, sedangkan sisanya 56% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian	Pada penelitian saat ini, variabel yang diteliti lebih spesifik dan terkait langsung dengan bisnis pakaian, sedangkan pada penelitian terdahulu, variabel yang diteliti lebih luas dan terkait dengan minat berwirausaha digital secara umum. Selain itu, pada penelitian terdahulu, variabel minat berwirausaha juga dibandingkan dengan variabel lain yang mungkin memengaruhi minat tersebut, sedangkan pada penelitian saat ini, perbandingan yang dilakukan hanya antara literasi digital dan efisiensi bisnis pakaian
5	Hidayati, Besse Wediawati, Novita Sari	Pengaruh Literasi Kewirausahaan Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dibidanag start-up,	Penelitian saat ini lebih berfokus pada pengaruh literasi digital terhadap efisiensi bisnis pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu

		Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi DanBisnis Universitas Jambi)	dan Literasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha dibidang start-up	memfokuskan pada pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap minat berwirausaha dibidang start-up pada mahasiswa Program Studi Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Selain itu, penelitian saat ini juga melibatkan subjek riset yang berbeda yaitu pengusaha pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian.
6	Nindi Aulia Putri , Sri Indah Nikensari, Karuniana Dianta Arfiando Sebayang	Analisis Literasi Digital, Dukungan Modal Usaha Dan Kepercayaan Diri Terhadap Kemudahan Berbisnis Secara Digital	Hasil penelitian ditemukan bahwa literasi digital, dukungan modal usaha, dan kepercayaan diri berpengaruh secara signifikan terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Adapun literasi digital dan dukungan modal usaha berpengaruh terhadap kepercayaan diri. Selain itu kepercayaan diri dapat menjadi variabel intervening	Penelitian saat ini bertujuan untuk mengkaji hubungan langsung antara literasi digital dan efisiensi bisnis Pakaian di Angel Store Bukittinggi, sedangkan penelitian terdahulu hanya mengkaji pengaruh literasi digital terhadap kemudahan berbisnis secara digital secara umum. Selain itu, penelitian saat ini juga fokus pada efisiensi bisnis

			antara literasi digital dan dukungan modal usaha terhadap kemudahan berbisnis secara digital. Untuk peneliti berikutnya diharapkan untuk lebih menggali aspek lain yang bisa mempengaruhi kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas.	Pakaian, sementara penelitian terdahulu lebih menekankan pada kemudahan berbisnis secara digital pada pelaku UMKM disabilitas. Hasil penelitian saat ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih spesifik dan berguna bagi industri konveksi Pakaian di daerah Bukittinggi.

C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode *analysis* secara kualitatif deskriptif yaitu merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan cara survey, baik langsung terjun ke lapangan maupun dengan cara membagikan kuesioner atau angket, atau merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Tujuannya adalah untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.[1]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Angel Store Bukittinggi. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja karena berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Oktober 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dilakukan peneliti yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan

[1]Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2014 ,hlm 107

langsung oleh permasalahan yang diteliti. Didalam penelitian ini data primer adalah data yang berasal dari angket

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Data sekunder diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini sumber data sekundernya yaitu berupa catatan-catatan atau dokumen yang terdapat pada Angel Store di Bukittinggi berupa dokumen, catatan maupun foto-foto sebagai dokumentasinya.[2]

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan utama adalah para pedagang pakaian yang menjadi sumber data dan informasi penting, sedangkan peneliti yang bertugas mengumpulkan serta menganalisis data adalah seluruh karyawan Angel Store Bukittinggi, yang secara aktif terlibat dalam proses penelitian untuk memastikan keakuratan dan kelengkapan data yang diperoleh.

[2]Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta:Kencana, 2013), hal.16.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data mendalam dari berbagai pihak terkait di Angel Store Bukittinggi, termasuk karyawan, manajer, dan pemilik toko. Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi digital memengaruhi efisiensi bisnis serta literasi digital di lingkungan toko.

Dalam sesi wawancara, beberapa aspek utama dieksplorasi, seperti efisiensi bisnis, efisiensi teknis, efisiensi harga/alokasi, efisiensi ekonomis, dan literasi digital. Pewawancara mengajukan pertanyaan terkait penggunaan teknologi digital dalam proses produksi, pengadaan barang, manajemen inventaris, hingga pengambilan keputusan harga. Selain itu, literasi digital juga menjadi fokus pembahasan, dengan mengevaluasi kemampuan teknis, kognitif, konstruktif, komunikatif, kepercayaan diri, kreativitas, kritis, dan kontribusi civic para responden dalam menggunakan teknologi digital.

F. Teknik Analisis Data

Data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan beberapa langkah, yang menurut Sugiyono (2012) akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi data

   Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam pemilahan, pemfokusan, pembuangan, dan pengorganisasian data

sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang dipilih dalam penelitian ini adalah data yang mengacu pada pertanyaan penelitian

2. Menampilkan Data

   Setelah reduksi data, langkah selanjutnya dalam menganalisis data adalah menampilkan data. Tampilan data merupakan suatu bentuk analisis yang menggambarkan apa yang terjadi pada penelitian

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

   Di sini peneliti mulai melihat apa yang ada di dalam data. Peneliti memeriksa semua hasil penelitian dan kemudian mengkategorikanya, lalu menemukan hubungan antar kategori. Peneliti mulai memaknai data dam berusahan untuk melihat kertakaitanya satu-sama lain. Dalam hal ini, peneliti tidak hanya menuliskan apa yang dilihat selama observasi, tetapi juga menginterpretasinya

   Peneliti membuat generalisasi berdasarkan hubungan dan aspek umum di antara kategori-kategori tersebut. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan jawaban atas permasalahan penelitian. Kesimpulannya berupa uraian mengenai objek penelitian ini.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Profil Toko Pakaian Angel Store

1. Sejarah Berdirinya Toko Pakaian Angel Store

Toko Pakaian Angel Store didirikan pada tahun 2015. Pada awalnya, toko ini beroperasi secara offline dan melayani pelanggan di daerah sekitar. Namun, ketika pandemi COVID-19 melanda pada tahun 2020, Angel Store memutuskan untuk beradaptasi dengan memindahkan sebagian besar operasinya ke platform online. Langkah ini memungkinkan Angel Store untuk tetap melayani pelanggannya meskipun ada pembatasan sosial dan penutupan toko fisik.

2. Visi Misi Toko Pakaian Angel Store

a. Visi

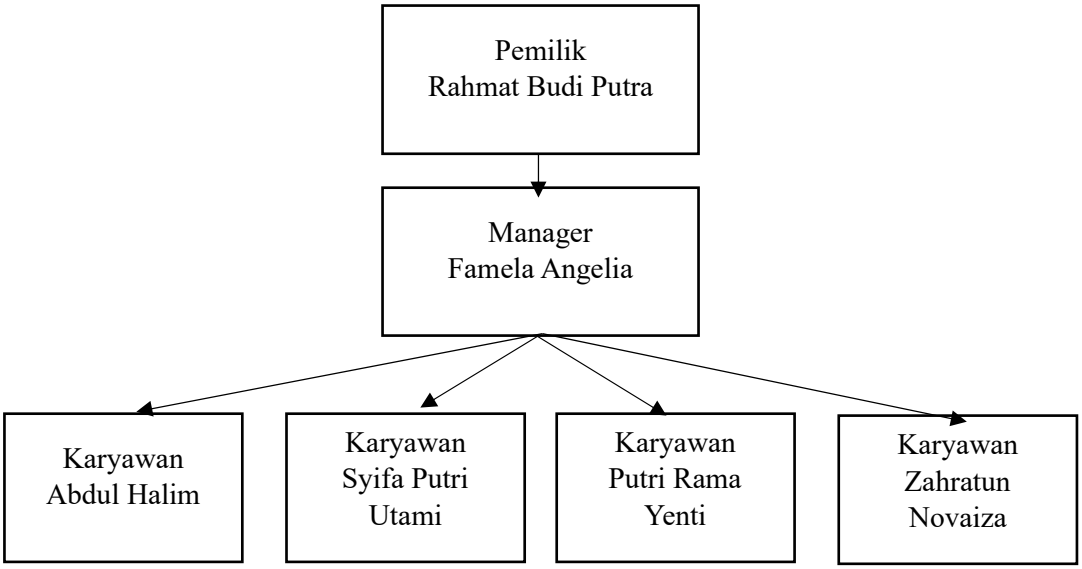
Menjadi toko pakaian yang terpercaya dan terkemuka di Indonesia, yang dikenal karena kualitas produk, pelayanan pelanggan yang unggul, dan inovasi dalam gaya berpakaian.

b. Misi

1) Menyediakan berbagai pilihan pakaian berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2) Memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan mudah melalui layanan pelanggan yang responsif dan ramah.

3) Mengikuti tren mode terkini dan menyediakan produk yang up-to-date.
4) Mendorong keberlanjutan dengan menawarkan produk-produk yang ramah lingkungan dan etis.
5) Membina hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Struktur Organisasi Toko Pakaian Angel Store



a. Uraian Tugas Masing-masing Jabatan

1) Pemilik

- Bertanggung jawab atas visi dan strategi keseluruhan bisnis.
- Membuat keputusan strategis jangka panjang.
- Mengelola hubungan dengan mitra bisnis dan pemasok utama.

- Memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan hukum yang berlaku.

2) Manager

- Mengawasi operasional sehari-hari toko.
- Mengelola tim karyawan dan mengkoordinasikan tugas-tugas mereka.
- Mengatur dan mengelola inventaris produk.
- Menyusun laporan keuangan dan operasional untuk pemilik.
- Mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan.

3) Karyawan

- Melayani pelanggan baik secara langsung maupun melalui platform online.
- Menangani proses penjualan dan transaksi.
- Mengatur tampilan dan penataan produk di toko.
- Membantu dalam pengepakan dan pengiriman produk untuk pembelian online.
- Menjaga kebersihan dan kerapian toko.
- Melakukan tugas-tugas administratif seperti pencatatan penjualan dan inventaris.

b. Produk Pakaian Toko Pakaian Angel Store

Angel Store menyediakan berbagai macam pakaian untuk pria, wanita, dan anak-anak. Produk yang ditawarkan meliputi:

- **Pakaian Wanita**: Gaun, blus, rok, celana, jaket, pakaian dalam, dan aksesori.
- **Pakaian Pria**: Kemeja, t-shirt, celana, jaket, pakaian olahraga, dan aksesori.
- **Pakaian Anak-anak:** Pakaian kasual, pakaian formal, pakaian tidur, dan pakaian sekolah.
- **Aksesori:** Tas, sepatu, topi, sabuk, dan perhiasan.
- **Produk Musiman**: Pakaian renang, jaket musim dingin, dan pakaian khusus acara.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Wawancara dengan Pemilik

Wawancara dengan pemilik Angel Store menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis, terutama dalam aspek produksi, teknis, harga/alokatif, dan efisiensi ekonomis. Pemilik mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital membantu mempercepat dan mempermudah proses pengadaan serta pengelolaan stok, yang menghemat waktu dan

meningkatkan jumlah pasokan. Selain itu, aplikasi komunikasi seperti WAGrup memungkinkan tim untuk bekerja lebih terkoordinasi, sehingga efisiensi teknis meningkat. Di sisi harga, teknologi seperti Tiktok, Shopee, dan Instagram membantu toko dalam menganalisis pasar dan menyesuaikan harga secara cepat untuk tetap kompetitif, sementara efisiensi ekonomis tercapai melalui pengurangan biaya operasional berkat proses digitalisasi dalam pembelian dan komunikasi.

Pemilik juga menyoroti bahwa literasi digital di antara karyawan sangat mendukung produktivitas dan kinerja toko. Literasi digital yang baik meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam menggunakan alat digital, mempercepat pengambilan keputusan, serta memperbaiki koordinasi tim dan interaksi dengan pelanggan. Kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam penggunaan teknologi membantu pemilik dan tim dalam mengatasi berbagai tantangan bisnis. Ke depan, pemilik berencana untuk memberikan pelatihan tambahan agar literasi digital di dalam tim semakin meningkat, yang diharapkan akan terus mendukung efisiensi operasional dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

b. Wawancara dengan Manager

Dari wawancara dengan manajer Angel Store, terlihat bahwa teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis, baik dalam aspek produksi, teknis, harga/alokatif, maupun ekonomis. Teknologi digital membantu mempercepat proses pengadaan bahan, mempermudah pemantauan stok, serta memungkinkan analisis data pasar untuk penentuan harga yang lebih kompetitif. Melalui aplikasi seperti Grup WA dan sistem manajemen, tim mampu berkolaborasi secara real-time, mengurangi pemborosan, seperti pengadaan produk yang kurang diminati, dan meminimalkan biaya operasional. Efisiensi ini membuat toko lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar, memungkinkan alokasi sumber daya yang lebih optimal, serta menghemat biaya dan waktu.

Selain itu, literasi digital yang baik di antara manajer dan tim turut berkontribusi pada efisiensi operasional toko. Pemahaman teknologi, kemampuan berpikir kritis, kreativitas, dan kepercayaan diri dalam menggunakan alat digital membantu tim dalam menghadapi tantangan sehari-hari serta menciptakan inovasi baru. Manajer juga menyadari pentingnya komunikasi digital dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan berencana meningkatkan literasi

digital tim melalui pelatihan lebih lanjut. Ini menunjukkan bahwa literasi digital yang kuat tidak hanya berdampak pada produktivitas dan penghematan waktu, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi dan mempertahankan relasi positif dengan pelanggan.

c. Wawancara dengan karyawan

Dalam wawancara dengan karyawan di Angel Store, literasi digital menjadi aspek penting yang memengaruhi produktivitas dan kolaborasi di tempat kerja. Para karyawan menyatakan bahwa pelatihan rutin dalam penggunaan teknologi digital membantu mereka memahami berbagai alat yang digunakan di toko, seperti aplikasi untuk komunikasi dan manajemen inventaris. Pemahaman ini memungkinkan mereka untuk berkontribusi secara efektif, terutama dalam menyelesaikan tugas sehari-hari dengan lebih efisien dan responsif. Beberapa karyawan merasa bahwa, meskipun ada tantangan dalam beradaptasi dengan teknologi baru, mereka terbantu dengan dukungan yang diberikan oleh tim dan pelatihan alat digital yang diberikan oleh pemilik dan manager.

Selain itu, kemampuan berkomunikasi secara digital mempermudah interaksi dengan pelanggan dan meningkatkan kerja sama antar tim. Dengan memanfaatkan platform

komunikasi digital, karyawan dapat merespons permintaan dan keluhan pelanggan dengan lebih cepat, yang pada akhirnya memperkuat hubungan baik dengan pelanggan. Karyawan juga merasa bahwa literasi digital memberi mereka rasa percaya diri dalam menggunakan teknologi untuk tugas-tugas mereka, serta menumbuhkan kreativitas dalam menyusun strategi untuk melayani pelanggan lebih baik. Literasi digital yang kuat di kalangan karyawan memperlihatkan potensi besar dalam mempertahankan relasi positif dan mendukung lingkungan kerja yang kolaboratif.

2. Analisis Hasil Penelitian

a. Literasi digital

1) Teknis (Pemahaman Konteks Digital)

Sebagian besar karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang alat digital yang digunakan di toko, walaupun beberapa masih merasa perlu meningkatkan pemahaman ini. Kesulitan dalam mengoperasikan sistem baru masih menjadi tantangan bagi sebagian karyawan.

Pengetahuan teknis ini mempengaruhi kelancaran dalam bekerja, dan pemilik toko melihat pentingnya pelatihan tambahan untuk memperkuat kemampuan digital para karyawan.

2) **Kognitif (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)**

Kemampuan karyawan dalam memahami data dari alat digital membantu dalam analisis dan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Karyawan merasa bahwa pemahaman kognitif terhadap data meningkatkan efisiensi kerja. Beberapa karyawan merasa penting untuk terus memperdalam keterampilan berpikir kritis agar dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih optimal.

3) **Konstruktif (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)**

Beberapa karyawan memanfaatkan teknologi digital untuk inovasi, misalnya membuat konten pemasaran baru yang menarik untuk menarik pelanggan. Inisiatif ini mendukung peningkatan daya tarik produk di pasar. Penggunaan teknologi untuk menciptakan konten baru menjadi salah satu cara untuk menjaga toko tetap relevan di mata pelanggan dan menarik minat konsumen baru.

4) **komunikatif (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)**

Teknologi digital memfasilitasi komunikasi yang lebih efisien dalam tim dan dengan pelanggan. Karyawan merasa lebih mudah bekerja sama dan merespon kebutuhan pelanggan secara cepat. Komunikasi digital juga membantu dalam menjaga koordinasi antar karyawan, terutama saat menangani permintaan atau keluhan pelanggan.

5) **Kepercayaan Diri (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)**

Sebagian besar karyawan merasa cukup percaya diri menggunakan teknologi digital, yang membuat mereka lebih produktif dalam menyelesaikan tugas. Tingkat kepercayaan diri ini membantu mereka merasa lebih nyaman dalam pekerjaan sehari-hari. Kepercayaan diri ini menunjukkan bahwa karyawan siap menghadapi tantangan baru terkait teknologi, yang penting untuk peningkatan efisiensi.

6) **Kreatif (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)**

Kesimpulan: Teknologi digital memberikan ruang bagi karyawan untuk berkreasi, terutama dalam aspek pemasaran dan inovasi produk. Kreativitas dalam

penggunaan teknologi dianggap sebagai nilai tambah untuk menarik lebih banyak pelanggan. Karyawan dengan ide-ide kreatif memanfaatkan teknologi untuk menjawab tantangan dan memperbaiki proses bisnis, yang meningkatkan daya saing toko.

7) Kritis (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Karyawan menggunakan kemampuan kritis mereka untuk mengevaluasi keuntungan dan kekurangan dari teknologi yang digunakan. Kemampuan reflektif ini membantu toko dalam menilai efektivitas teknologi secara berkala. Evaluasi rutin terhadap penggunaan teknologi memastikan bahwa alat yang digunakan tetap relevan dan mendukung efisiensi jangka panjang.

8) Kontribusi (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Literasi digital membantu karyawan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efektif. Karyawan merasa teknologi digital memperkuat interaksi dan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Teknologi digital memudahkan komunikasi berkelanjutan dengan

pelanggan, yang berdampak positif pada reputasi toko di mata pelanggan.

b. Efisiensi Bisnis

1) Produksi

Teknologi digital, seperti aplikasi JNT, membantu mempercepat proses pemasokan. Pemilik dan mananger merasa jumlah produksi meningkat karena teknologi digital memungkinkan mereka bekerja lebih cepat dan mengurangi kesalahan dalam pesanan atau stok barang. Penggunaan teknologi secara konsisten dalam proses produksi dirasakan oleh sebagian besar karyawan sangat membantu dalam menjaga ketepatan waktu dan kualitas produk.

2) Efisiensi Teknis

Teknologi digital mempermudah penggunaan sumber daya secara optimal untuk mencapai target kebutuhan barang. Pemilik dan manager merasa alat-alat digital membantu mereka dalam mencapai hasil yang lebih cepat dan efisien. Alat digital seperti JNT application membantu karyawan dalam pengelolaan stok dan pengiriman barang, mengurangi ketidakpastian dalam pengelolaan stok.

3) Efisiensi Harga/Alokatif

Teknologi digital memungkinkan pengelolaan biaya dan penyesuaian harga yang lebih responsif terhadap pasar. Pemilik dan manager menyatakan bahwa data dari alat digital membantu menentukan harga produk dan alokasi sumber daya yang lebih baik, yang berdampak pada peningkatan keuntungan. Pemilik dan manager menyoroti bahwa teknologi digital memungkinkan evaluasi harga secara berkala untuk menyesuaikan dengan tren permintaan, yang mengurangi risiko kehilangan pelanggan.

4) Efisiensi Ekonomis

Penggunaan teknologi digital membantu mengurangi biaya operasional dengan mengefisienkan alur kerja dan meminimalkan kesalahan. Mereka merasakan pengurangan biaya dalam pemesanan bahan baku dan manajemen stok yang lebih efisien. Teknologi yang ada memungkinkan toko untuk mengurangi pemborosan dan memastikan setiap langkah dalam proses bisnis berjalan secara efisien dengan meminimalisir biaya tambahan.

c. Hubungan Literasi Digital dengan Efisiensi Bisnis

Dalam wawancara dengan manajer Angel Store, literasi digital terlihat memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efisiensi bisnis di berbagai aspek operasional. Literasi digital yang baik di kalangan tim memungkinkan mereka untuk lebih cepat memahami dan memanfaatkan alat teknologi dalam pengelolaan persediaan, pemasaran, dan komunikasi. Misalnya, dengan aplikasi yang mereka gunakan untuk manajemen stok, toko dapat mengurangi risiko pemborosan bahan dan lebih responsif terhadap permintaan pasar. Teknologi ini juga memberikan akses real-time terhadap data persediaan, yang pada gilirannya mempercepat proses pengambilan keputusan dalam operasional sehari-hari.

Manajer juga menekankan pentingnya literasi digital dalam mendukung efisiensi biaya dan alokasi sumber daya. Kemampuan untuk menganalisis data harga dan tren pasar melalui aplikasi digital membantu toko menetapkan harga yang kompetitif tanpa harus melakukan survei manual yang memakan waktu dan biaya. Selain itu, penggunaan platform digital seperti TikTok dan Shopee memungkinkan mereka untuk memantau tren pasar dan dengan cepat menyesuaikan strategi harga serta alokasi produk. Literasi digital yang mendalam memungkinkan tim untuk lebih fleksibel dalam

mengadopsi pendekatan bisnis berbasis data yang lebih hemat biaya.

Secara keseluruhan, literasi digital yang baik tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat tetapi juga meningkatkan produktivitas dengan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual. Manajer mencatat bahwa otomatisasi dalam proses pengadaan dan komunikasi internal memudahkan koordinasi tim, yang pada akhirnya berdampak pada efisiensi waktu dan biaya. Mereka juga berencana untuk terus meningkatkan literasi digital tim melalui pelatihan berkelanjutan, dengan harapan bahwa peningkatan pemahaman dan keterampilan digital akan memperkuat efisiensi dan produktivitas bisnis di masa depan.

C. Diskusi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis pada Angel Store, khususnya dalam empat aspek utama yaitu efisiensi produksi, efisiensi teknis, efisiensi harga/alokatif, dan efisiensi ekonomis. Dari wawancara dengan pemilik, manajer, dan karyawan, terlihat bahwa teknologi digital telah membantu mempercepat proses pengadaan, pengelolaan stok, dan komunikasi antar tim, sehingga mengurangi waktu operasional dan meningkatkan jumlah pasokan barang secara keseluruhan. Hal ini menciptakan sinergi yang positif

dalam menjalankan operasi harian toko dan memudahkan toko dalam menjaga tingkat stok sesuai permintaan.

Pada aspek produksi, literasi digital berkontribusi dalam mempercepat proses administrasi dan penjualan, yang berdampak pada peningkatan output fisik barang yang dapat dijual. Efisiensi teknis juga terlihat meningkat karena karyawan mampu menggunakan aplikasi komunikasi seperti WhatsApp Grup untuk bekerja secara lebih terkoordinasi dan efisien. Kecepatan komunikasi yang terjalin melalui media digital meminimalkan kesalahan dan mempercepat pengambilan keputusan, sehingga memberikan manfaat langsung pada produktivitas.

Efisiensi harga/alokatif ditunjang dengan penggunaan teknologi seperti platform Tiktok, Shopee, dan Instagram yang memudahkan analisis pasar dan penyesuaian harga secara real-time. Hal ini memungkinkan toko untuk menetapkan harga yang lebih kompetitif dan mengelola sumber daya lebih efektif, sehingga menarik lebih banyak konsumen dan menjaga stabilitas keuntungan.

Di sisi efisiensi ekonomis, proses digitalisasi membantu mengurangi biaya operasional, baik dalam hal pembelian bahan baku, distribusi, hingga komunikasi dengan pelanggan. Penerapan literasi digital memungkinkan toko mengoptimalkan berbagai sumber daya yang ada dengan lebih hemat dan efektif.

.

Secara keseluruhan, literasi digital memberikan dampak positif pada efisiensi operasional Angel Store, meningkatkan kolaborasi tim, memperkuat relasi dengan pelanggan, dan membentuk fondasi yang lebih kuat untuk mencapai tujuan bisnis di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan positif antara literasi digital dan efisiensi bisnis, terutama dalam konteks UMKM. Sebagai contoh, penelitian Agus Supandi dan Ria Susanti Johan (2022) mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran online secara signifikan berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM di Jakarta Selatan. Dengan adanya literasi digital, pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform online yang mendukung pemasaran produk secara luas dan efisien. Penemuan ini relevan bagi penelitian ini, karena menunjukkan bahwa literasi digital dapat membantu bisnis dalam mengoptimalkan pendapatan dengan metode pemasaran yang lebih efektif.

Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Nur Asni Aulia dkk., menunjukkan bahwa literasi kewirausahaan dan literasi digital berperan penting dalam keberlanjutan bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pedagang di Pasar Baru Bantaeng yang memiliki pemahaman literasi digital dan kewirausahaan yang baik mampu menjalankan bisnis mereka secara berkelanjutan. Dengan mengembangkan kemampuan dalam kedua literasi ini, para pedagang dapat lebih siap dalam menghadapi

tantangan bisnis, seperti perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Hal ini mendukung asumsi bahwa literasi digital dapat meningkatkan efisiensi dengan memberikan pengetahuan untuk bertahan dan berkembang dalam kondisi pasar yang dinamis.

Selain itu, penelitian oleh Eka Khusniatuz Zahro memperkuat bukti bahwa literasi digital yang tinggi berdampak langsung pada keuntungan usaha kecil di Surabaya. Usaha yang memiliki kemampuan literasi digital yang baik berhasil meningkatkan omset penjualan mereka melalui pemasaran online. Penelitian ini mendukung pandangan bahwa literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan tambahan, tetapi sebagai faktor kunci dalam efisiensi bisnis, terutama dalam hal produksi dan distribusi. Temuan dari penelitian-penelitian ini secara keseluruhan menggarisbawahi bahwa literasi digital mendukung efisiensi bisnis dengan memfasilitasi operasional yang lebih cepat, efektif, dan ekonomis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi bisnis di Angel Store, terutama melalui peningkatan produktivitas, kolaborasi tim, dan pengelolaan sumber daya yang lebih efektif. Pemilik, manajer, dan karyawan menyatakan bahwa teknologi digital, seperti aplikasi manajemen stok dan platform pemasaran online, mempercepat proses operasional, mengurangi biaya, serta membantu dalam pengambilan keputusan berbasis data. Literasi digital juga memungkinkan toko untuk menyesuaikan strategi bisnis secara real-time dengan kebutuhan pasar, menjaga daya saing, dan membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efisien.

Efisiensi bisnis yang dicapai berkat teknologi digital mencakup aspek produksi, teknis, harga/alokatif, dan ekonomis. Dengan memahami dan menggunakan teknologi secara kreatif, Angel Store mampu mengelola inventaris lebih baik, mengurangi kesalahan dalam pengelolaan stok, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Kepercayaan diri karyawan dalam menggunakan teknologi turut mendukung inovasi, sementara kemampuan reflektif dan analitis mereka memastikan bahwa setiap alat digital yang digunakan tetap relevan dan bermanfaat. Kesimpulannya, literasi digital tidak hanya mendukung efisiensi

operasional tetapi juga menjadi fondasi penting bagi pertumbuhan dan keberlanjutan Angel Store di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

B. Saran

1. Untuk Pemilik Angel Store

Pemilik Angel Store disarankan untuk terus meningkatkan literasi digital di antara tim karyawan dan manajer melalui pelatihan rutin. Hal ini penting untuk memastikan seluruh tim tetap dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang terus berubah, sehingga dapat memaksimalkan efisiensi bisnis. Selain itu, pemilik dapat mengeksplorasi teknologi baru, seperti penggunaan perangkat lunak manajemen yang lebih canggih atau integrasi dengan platform e-commerce lainnya.

2. Untuk Pembaca

Bagi pembaca yang tertarik dengan dunia bisnis atau pengelolaan usaha, penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi digital sebagai salah satu faktor kunci dalam mendukung efisiensi dan keberlanjutan bisnis. Pembaca dapat menerapkan strategi serupa, seperti memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, manajemen stok, dan komunikasi tim, guna meningkatkan produktivitas usaha mereka.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang hubungan literasi digital dengan aspek lain dari bisnis, seperti loyalitas pelanggan atau keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Selain itu, mereka dapat mengkaji peran literasi digital di berbagai jenis usaha untuk melihat apakah terdapat perbedaan pengaruh tergantung pada sektor industri. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi pengaruh spesifik platform digital tertentu terhadap efisiensi bisnis, atau bagaimana keterlibatan karyawan dalam proses digitalisasi dapat meningkatkan kepuasan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz (2009). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Belshaw, DAJ. (2011). *What is 'digital literacy'?.* United Kingdom: Public Domain.

Feri Sulianta. (2020). *Literasi Digital, Riset, Perkembangannya & Perspektif Social Studies*. Jakarta: Feri Sulianta.

Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley.

Hanik, Elya Umi. (2020). Self Directed Learning Berbasis Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Elementary Islamic Teacher 8, No. 1, 192-196.*

Hasan, M., Santoso, IR., Syahfitri, DA., Amalia, & Karoma, SAY. (2021). Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal of Business Management Education, 6(1), 28-39.*

Karpati, A. (2021). Digital Literacy in Education. iite.unesco.org.

Kotler, P. & Susanto, AB. (2019). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

Lankshear, C. & Knobel, M. (2015). Digital Literacy and Digital Literacies. Nordic *Journal of Digital Literacy, 8-20, 21-22*

Luntungan, Antonius Y. Analisis Tingkat Pendapatan Usaha Tani Tomat Apel di Kecamatan Tompaso Kabupaten Minahasa. J*urnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah Vol. 7 No. 3, 15*

Marthon, SS. (2017). *Ekonomi Islam.* Jakarta: Zikrul Hakim.

Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Wali Pers.

Nopirin. 1997. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta: BPFE

Sa'ad, Said. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim.

Sidabutar, Asima,Arianti Neti, Nyayu dan Andani, Apri. 2012. Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Usaha Dagang Buah Buahan Di Kota Bengkulu (Studi Kasus Pedagang Menetap Dan Semi Menetap/Mobile). *AGRISEP Vol.11 No.2 Hal : 251-261*.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Transkrip Wawancara dengan Manajer Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses pengadaan di toko ini?
Manajer: Teknologi digital sangat penting bagi kami. Kami menggunakan software untuk merencanakan dan mengawasi pemasokan bahan, yang membuat alur kerja lebih terstruktur.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah pasokan saat teknologi atau alat digital digunakan?
Manajer: Peningkatan, jelas. Dalam beberapa bulan terakhir, kami melihat peningkatan dalam pasokan, berkat penggunaan alat digital.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses pemasokan, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Manajer: Kami menggunakannya setiap hari. Ini sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, karena semua data dan proses bisa diakses secara real-time.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Manajer: Dengan analisis data, kami dapat mengidentifikasi produk mana yang paling diminati digunakan, sehingga barang teresebut dapat dipesan lebih banyak.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Manajer: Contohnya adalah penggunaan aplikasi Grup WA memungkinkan tim untuk berkolaborasi dan melihat progres tugas masing-masing secara langsung.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Manajer: Sistem manajemen inventaris kami menggunakan JNT application sangat membantu. Dengan sistem ini, kami bisa melacak stok dan meminimalisir pemborosan.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Manajer: Teknologi digital memungkinkan kami menganalisis data pasar dan harga, sehingga kami bisa menentukan harga yang kompetitif.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Manajer: Ya, sangat membantu. Kami bisa dengan cepat menyesuaikan harga berdasarkan analisis data yang kami miliki.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?

Manajer: Kami menggunakan tiktok dan shopee yang membantu kami memahami tren pasar dan menyesuaikan harga tanpa harus melakukan survei manual.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Manajer: Teknologi digital memungkinkan kami mengotomatisasi banyak proses, yang mengurangi kebutuhan akan tenaga kerja manual dan menghemat biaya.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Manajer: Proses pengadaan bahan baku menjadi jauh lebih efisien. Kami bisa melakukan pembelian secara online dan mendapatkan penawaran terbaik.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Manajer: Tentu. Secara keseluruhan, kami menghemat banyak waktu dan biaya, yang memberi kami lebih banyak ruang untuk berinovasi.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Manajer: Saya merasa cukup mahir. Kami memiliki pelatihan rutin untuk memastikan semua anggota tim memahami alat-alat ini.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Manajer: Pemahaman yang baik memungkinkan saya untuk mengambil keputusan yang lebih tepat dan efisien dalam manajemen tim.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Manajer: Kadang-kadang ada, terutama saat pembaruan sistem. Namun, kami biasanya mendapatkan dukungan dari vendor.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Manajer: Saya cukup baik dalam menganalisis data yang kami dapatkan dan menggunakan informasi itu untuk pengambilan keputusan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?
Manajer: Selalu. Saya percaya bahwa teknologi selalu berkembang, jadi penting untuk terus belajar.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Manajer: Ya, kami sering mencari inspirasi dari sumber online untuk ide produk baru.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Manajer: Kami melakukannya secara rutin, terutama ketika mencari tren terbaru dalam industri pakaian.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Manajer: Sangat penting. Kami menggunakan berbagai platform untuk berkomunikasi dengan tim dan pelanggan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Manajer: Sangat membantu. Dengan komunikasi yang baik, semua orang di tim dapat bekerja sama dengan lebih efisien.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Manajer: Saya merasa sangat percaya diri. Saya telah bekerja dengan berbagai alat digital dan terbiasa menggunakannya.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Manajer: Sangat membantu. Kepercayaan diri membuat saya lebih cepat dalam mengambil keputusan.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Manajer: Ya, kami pernah mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang baru yang terbukti menarik lebih banyak pelanggan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?
Manajer: Kreativitas sangat penting dalam menemukan solusi baru untuk masalah yang ada.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?
Manajer: Kami melakukan evaluasi rutin dan mendiskusikan apa yang bekerja dan tidak. Kelebihannya adalah efisiensi, tetapi kekurangannya terkadang ada di biaya dan pelatihan.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?
Manajer: Ya, kami selalu mempertimbangkan dampak tersebut untuk memaksimalkan hasil.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Manajer: Sangat membantu. Dengan literasi digital yang baik, kami dapat berkomunikasi lebih baik dan lebih cepat dengan pelanggan.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Manajer: Penggunaan teknologi digital memudahkan kami untuk merespons pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Manajer: Literasi digital sangat berpengaruh. Semakin baik pemahaman tim tentang teknologi, semakin efisien kami dalam bekerja.

Pewawancara: Apakah ada contoh di mana literasi digital secara langsung berdampak pada penghematan waktu atau peningkatan produktivitas?
Manajer: Ya, penggunaan sistem manajemen proyek membantu kami menghemat waktu dalam pengaturan tugas dan komunikasi.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Manajer: Kami berencana untuk mengadakan lebih banyak pelatihan untuk memastikan semua anggota tim memiliki keterampilan yang dibutuhkan.

Transkrip Wawancara dengan Pemilik Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Produksi

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses pengaadaan pakaian di toko ini?
Pemilik: Teknologi digital telah sangat membantu kami dalam mempermudah dan mempercepat proses pemasokan. Misalnya, kami menggunakan perangkat lunak untuk merencanakan dan mengatur alur kerja, yang membuat tim lebih terkoordinasi.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah pasokan saat teknologi atau alat digital digunakan?
Pemilik: Saya merasakan peningkatan yang signifikan. Ketika kami mulai menggunakan alat digital, pasokan kami meningkat sekitar 30% dalam beberapa bulan pertama.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses pemasokan, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Pemilik: Kami menggunakan teknologi digital setiap hari. Menurut saya, ini membuat pekerjaan jauh lebih efisien karena kami bisa memantau dan mengatur semua aspek barang yang kami ambil dengan lebih mudah.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Pemilik: Penggunaan teknologi digital membantu kami dalam memaksimalkan input. Dengan analisis data, kami bisa menentukan bahan mana yang lebih murah untuk dipasok, sehingga output juga meningkat.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Pemilik: Tentu. Kami menggunakan aplikasi manajemen proyek seperti JNT application yang memungkinkan semua anggota tim untuk melihat progres pemasokan secara real-time, yang mengurangi waktu koordinasi dan penjemputan, karna mereka lansung antar alamat.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Pemilik: kami untuk teknis hanya menggunakan aplikasi yang diberikan JNT, tapi ini saja sudah banyak membantu.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Pemilik: Teknologi digital membantu kami menganalisis pasar dan harga pesaing. Kami bisa menyesuaikan harga produk kami dengan cepat untuk tetap kompetitif.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Pemilik: Sangat membantu. Dengan data yang kami miliki, kami bisa menentukan alokasi sumber daya yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan margin keuntungan kami.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?
Pemilik: Kami menggunakan analisis data untuk menetapkan harga yang optimal. Dengan cara ini, kami bisa menghindari overpricing atau underpricing, yang sebelumnya menjadi masalah.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Pemilik: Penggunaan teknologi digital membantu kami mengurangi biaya tenaga kerja dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, yang sangat penting dalam menekan biaya operasional.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Pemilik: Ya, proses pengadaan pakaian menjadi lebih efisien karena kami bisa melakukan pembelian secara online dan mendapatkan penawaran terbaik dengan cepat.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Pemilik: Tentu saja. Secara keseluruhan, teknologi digital telah menghemat banyak waktu dan biaya, yang membantu kami fokus pada pengembangan bisnis.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Pemilik: Saya merasa cukup memahami. Saya terus belajar dan mengikuti perkembangan teknologi agar bisa memanfaatkannya dengan optimal.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Pemilik: Pemahaman yang baik membuat saya lebih percaya diri dalam membuat keputusan. Saya bisa memanfaatkan alat-alat tersebut untuk meningkatkan produktivitas.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Pemilik: Terkadang ada kesulitan, terutama saat sistem diperbarui. Namun, kami biasanya mendapatkan pelatihan dari penyedia alat untuk membantu kami beradaptasi.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Pemilik: Saya merasa cukup baik dalam hal ini. Saya sering menganalisis data untuk mengambil keputusan strategis.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?
Pemilik: Tentu. Saya selalu berusaha untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis saya agar dapat menggunakan teknologi dengan lebih efektif.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Pemilik: Ya, saya sering menggunakan informasi dari internet untuk mendapatkan ide baru dalam mengadakan produk yang lebih diminati pelanggan.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Pemilik: Saya melakukannya secara rutin, terutama ketika mencari tren terbaru dalam industri.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Pemilik: Komunikasi digital sangat penting, terutama dalam berkoordinasi dengan tim dan berinteraksi dengan pelanggan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Pemilik: Sangat membantu. Dengan komunikasi digital, kami bisa berkolaborasi lebih efektif dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Pemilik: Saya cukup percaya diri. Saya sudah terbiasa menggunakan berbagai alat digital.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Pemilik: Ya, semakin percaya diri saya, semakin efisien saya dalam menyelesaikan tugas.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Pemilik: Ya, kami pernah mencoba kampanye pemasaran digital baru yang sangat berhasil dan menarik lebih banyak pelanggan lewat aplikasi tiktok dan shopee .

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?
Pemilik: Kreativitas sangat penting. Dengan berpikir out of the box, kami bisa menemukan solusi baru untuk tantangan yang ada.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?
Pemilik: Saya selalu melakukan evaluasi secara berkala. Kelebihannya jelas dalam hal efisiensi, sementara kekurangannya biasanya terkait dengan biaya dan pembelajaran sistem baru.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?
Pemilik: Ya, saya sering mempertimbangkan hal itu agar bisa memaksimalkan penggunaan teknologi yang ada.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Pemilik: Sangat membantu. Dengan literasi digital, kami bisa menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Pemilik: Dengan teknologi, kami dapat dengan cepat merespons pertanyaan pelanggan dan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Pemilik: Literasi digital sangat berpengaruh. Semakin baik pemahaman kami tentang teknologi, semakin efisien kami dalam bekerja.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Pemilik: Tentu, kami berencana untuk mengadakan pelatihan lebih lanjut untuk seluruh tim agar kami bisa terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Transkrip Wawancara dengan Karyawan 4 Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses produksi di toko ini?
Karyawan 4: Teknologi digital sangat membantu. Kami menggunakan perangkat lunak untuk merencanakan produksi, yang membuat semuanya lebih terorganisir.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah produksi saat teknologi atau alat digital digunakan?
Karyawan 4: Ada peningkatan yang jelas. Kami bisa memenuhi permintaan lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses produksi, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Karyawan 4: Hampir setiap hari. Ini membantu kami mengurangi kesalahan dan mempercepat proses.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Karyawan 4: Dengan analisis data, kami bisa memahami berapa banyak bahan yang diperlukan untuk setiap produk, sehingga tidak ada yang terbuang.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Karyawan 4: Kami menggunakan aplikasi untuk melacak pengiriman, jadi kami tahu kapan produk akan sampai tanpa harus menelepon terus-menerus.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Karyawan 4: Sistem manajemen inventaris kami sangat membantu, karena kami bisa melihat stok barang secara langsung.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Karyawan 4: Dengan menggunakan data penjualan, kami bisa menyesuaikan harga berdasarkan permintaan, yang membantu kami meningkatkan penjualan.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Karyawan 4: Sangat membantu. Kami bisa menanggapi perubahan pasar dengan lebih cepat.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?

Karyawan 4: Dengan analisis data, kami bisa mengurangi biaya produksi dan menyesuaikan harga untuk tetap kompetitif.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Karyawan 4: Penggunaan teknologi mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan banyak tugas, sehingga kami bisa menghemat biaya tenaga kerja.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Karyawan 4: Proses pengiriman menjadi lebih efisien. Kami bisa menggunakan jasa pengiriman yang lebih murah dan cepat.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Karyawan 4: Tentu saja. Kami melihat penghematan yang signifikan dalam biaya operasional.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 4: Saya merasa cukup baik, tetapi ada beberapa fitur yang masih perlu saya pelajari.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Karyawan 4: Memahami teknologi membantu saya lebih produktif dan menghindari kesalahan.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Karyawan 4: Kadang-kadang, saya merasa bingung dengan pembaruan sistem yang sering dilakukan.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 4: Saya merasa cukup mampu memahami dan menggunakan informasi tersebut untuk keputusan sehari-hari.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?
Karyawan 4: Ya, saya ingin mengikuti pelatihan lebih lanjut agar bisa menggunakan semua fitur yang ada.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Karyawan 4: Ya, saya sering mencari inspirasi dari online untuk pemasaran dan produk baru.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Karyawan 4: Setiap kali ada produk baru, saya selalu mencari tren terbaru di media sosial.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 4: Sangat penting, terutama untuk berkomunikasi dengan tim dan pelanggan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Karyawan 4: Ya, komunikasi yang lancar membuat kami lebih efisien dalam menyelesaikan tugas.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Karyawan 4: Saya cukup percaya diri, tetapi kadang masih merasa ragu dengan fitur baru.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Karyawan 4: Ya, semakin percaya diri, semakin cepat saya menyelesaikan pekerjaan.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Karyawan 4: Ya, kami pernah menggunakan video promosi di media sosial untuk menarik pelanggan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?
Karyawan 4: Kreativitas memungkinkan kami menemukan cara-cara baru untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?
Karyawan 4: Kami melakukan evaluasi setiap bulan untuk memastikan bahwa teknologi yang kami gunakan masih relevan.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?

Karyawan 4: Ya, kami selalu mencari cara untuk meningkatkan efisiensi melalui penggunaan teknologi.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Karyawan 4: Sangat membantu. Kami bisa lebih cepat merespons pertanyaan dan masalah pelanggan.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Karyawan 4: Dengan komunikasi yang cepat dan efektif, kami dapat menjaga kepuasan pelanggan lebih baik.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 4: Literasi digital sangat penting. Dengan pengetahuan yang baik, saya bisa melakukan pekerjaan lebih cepat dan lebih tepat.

Pewawancara: Apakah ada contoh di mana literasi digital secara langsung berdampak pada penghematan waktu atau peningkatan produktivitas?
Karyawan 4: Kami menggunakan perangkat lunak untuk merencanakan pengiriman, yang sangat menghemat waktu.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Karyawan 4: Saya berharap ada lebih banyak pelatihan agar semua karyawan bisa meningkatkan keterampilan digital mereka.

Transkrip Wawancara dengan Karyawan 3 Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses produksi di toko ini?
Karyawan 3: Teknologi digital membantu kami mengotomatiskan banyak tugas. Misalnya, sistem pemantauan inventaris kami mengurangi waktu yang dihabiskan untuk memeriksa stok secara manual.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah produksi saat teknologi atau alat digital digunakan?
Karyawan 3: Ada peningkatan yang signifikan. Kami bisa memproduksi lebih banyak dengan lebih cepat karena semua data tersedia secara real-time.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses produksi, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Karyawan 3: Kami menggunakan teknologi hampir setiap saat. Ini sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Karyawan 3: Dengan analisis data yang tepat, kami dapat memanfaatkan bahan baku dengan lebih baik, sehingga tidak ada yang terbuang sia-sia.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Karyawan 3: Misalnya, kami menggunakan aplikasi untuk mengatur jadwal produksi, yang membantu kami menghindari penundaan.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Karyawan 3: Sistem manajemen pelanggan yang kami gunakan sangat membantu dalam memahami kebutuhan pelanggan dan mengelola hubungan dengan mereka.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Karyawan 3: Kami menggunakan alat analisis untuk mempelajari tren pasar dan menentukan harga yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Karyawan 3: Ya, teknologi memungkinkan kami untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?
Karyawan 3: Dengan menggunakan sistem analisis harga, kami bisa mengurangi kesalahan harga yang sebelumnya sering terjadi.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Karyawan 3: Teknologi membantu mengurangi waktu yang dihabiskan untuk proses manual, yang berarti kami dapat menghemat biaya tenaga kerja.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Karyawan 3: Sistem pengiriman otomatis kami membantu mengurangi biaya pengiriman dan meningkatkan efisiensi.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Karyawan 3: Sangat membantu. Dengan teknologi, kami bisa meningkatkan produktivitas dan mengurangi pengeluaran.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 3: Saya cukup memahami, tetapi selalu ada hal baru yang harus dipelajari.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Karyawan 3: Memahami teknologi membantu saya bekerja lebih efisien dan membuat keputusan yang lebih baik.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Karyawan 3: Kadang-kadang, saya merasa sulit untuk mengikuti pembaruan terbaru dalam sistem.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 3: Saya merasa cukup baik dalam memahami dan menganalisis informasi yang kami peroleh.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?

Karyawan 3: Ya, saya ingin lebih mahir dalam analisis data untuk mengambil keputusan yang lebih informasional.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Karyawan 3: Ya, saya sering mencari ide dari media sosial dan website untuk kampanye pemasaran baru.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Karyawan 3: Hampir setiap minggu, terutama saat kami merencanakan peluncuran produk baru.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 3: Sangat penting. Kami menggunakan berbagai platform untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan tim.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Karyawan 3: Ya, komunikasi yang cepat dan efisien sangat membantu meningkatkan kolaborasi dan kepuasan pelanggan.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Karyawan 3: Saya cukup percaya diri, tetapi terkadang merasa kurang familiar dengan fitur baru.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Karyawan 3: Ya, semakin percaya diri, semakin baik kinerja saya.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Karyawan 3: Ya, kami pernah menggunakan platform online untuk kampanye yang menarik perhatian pelanggan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?
Karyawan 3: Kreativitas memungkinkan kami menemukan solusi baru yang dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?
Karyawan 3: Kami melakukan evaluasi secara berkala untuk memastikan teknologi yang digunakan tetap relevan dan efektif.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?
Karyawan 3: Ya, kami perlu terus mengevaluasi agar tetap kompetitif.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Karyawan 3: Sangat membantu. Kami bisa menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat dan responsif.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Karyawan 3: Dengan menggunakan media sosial dan email, kami bisa berkomunikasi lebih baik dengan pelanggan.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 3: Literasi digital sangat penting. Dengan pemahaman yang baik, saya bisa menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.

Pewawancara: Apakah ada contoh di mana literasi digital secara langsung berdampak pada penghematan waktu atau peningkatan produktivitas?
Karyawan 3: Ya, dengan sistem manajemen yang efisien, kami bisa menghemat waktu dalam proses administrasi.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Karyawan 3: Saya berharap kami bisa melakukan lebih banyak pelatihan agar semua karyawan bisa lebih terampil dalam teknologi.

Transkrip Wawancara dengan Karyawan 2 Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses produksi di toko ini?
Karyawan 2: Teknologi digital sangat berperan penting. Kami menggunakan perangkat lunak untuk mengelola rantai pasokan, yang membantu mempercepat proses produksi.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah produksi saat teknologi atau alat digital digunakan?
Karyawan 2: Peningkatan yang jelas. Dengan teknologi, kami bisa memproduksi lebih banyak dalam waktu yang lebih singkat.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses produksi, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Karyawan 2: Hampir setiap saat. Penggunaan teknologi membuat alur kerja lebih lancar dan mengurangi kemungkinan kesalahan.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Karyawan 2: Dengan data yang tepat, kami bisa mengoptimalkan penggunaan bahan baku, sehingga tidak ada yang terbuang.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Karyawan 2: Kami menggunakan aplikasi untuk memantau stok secara real-time, jadi kami tahu kapan harus memesan bahan baku.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Karyawan 2: Sistem manajemen inventaris yang kami gunakan sangat membantu dalam melacak barang masuk dan keluar.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Karyawan 2: Kami menganalisis tren pasar menggunakan alat digital. Ini membantu kami menentukan harga yang kompetitif.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Karyawan 2: Sangat membantu. Kami bisa dengan cepat menyesuaikan harga berdasarkan permintaan pasar.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?

Karyawan 2: Dengan menggunakan analisis data, kami bisa meminimalisir kesalahan harga, yang sebelumnya menyebabkan kerugian.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Karyawan 2: Dengan mengotomatiskan beberapa proses, kami mengurangi waktu yang dihabiskan untuk tugas-tugas rutin, sehingga menghemat biaya.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Karyawan 2: Pengiriman sekarang lebih efisien. Kami menggunakan aplikasi untuk merencanakan rute, yang mengurangi biaya transportasi.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Karyawan 2: Ya, itu jelas. Kami bisa menghasilkan lebih banyak dengan sumber daya yang sama.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 2: Saya memahami dengan baik, dan saya selalu berusaha untuk mempelajari fitur baru yang ditawarkan oleh aplikasi.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Karyawan 2: Dengan memahami teknologi, saya bisa bekerja lebih cepat dan membuat keputusan yang lebih baik.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Karyawan 2: Kadang-kadang, ada fitur yang memerlukan waktu untuk dipahami, tetapi pelatihan membantu.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 2: Saya merasa mampu menganalisis informasi yang dihasilkan dan menggunakannya untuk meningkatkan kinerja kerja.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?
Karyawan 2: Ya, selalu ada ruang untuk belajar lebih banyak, terutama dalam analisis data.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Karyawan 2: Ya, saya sering mencari inspirasi dari tren digital untuk produk baru dan pemasaran.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Karyawan 2: Hampir setiap minggu. Saya berusaha untuk tetap update dengan tren terbaru.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 2: Sangat vital. Kami berkomunikasi dengan cepat menggunakan aplikasi, yang mempercepat proses pengambilan keputusan.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Karyawan 2: Sangat membantu. Kami bisa menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat, yang meningkatkan kepuasan.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Karyawan 2: Saya cukup percaya diri, meskipun terkadang perlu waktu untuk beradaptasi dengan alat baru.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Karyawan 2: Tentu saja, semakin percaya diri, semakin baik hasil pekerjaan saya.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Karyawan 2: Ya, saya pernah memanfaatkan media sosial untuk melakukan kampanye pemasaran yang interaktif dan menarik.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?
Karyawan 2: Kreativitas memungkinkan kami untuk menemukan solusi baru yang menarik bagi pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?

Karyawan 2: Kami selalu melakukan evaluasi secara berkala untuk menilai efektivitas alat yang digunakan, baik dari sisi biaya maupun efisiensi.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?
Karyawan 2: Selalu. Kami perlu memastikan teknologi yang digunakan memberikan manfaat yang optimal.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Karyawan 2: Tentu saja. Kami bisa berkomunikasi lebih baik dan membangun loyalitas pelanggan dengan menggunakan teknologi.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Karyawan 2: Kami bisa lebih responsif dan proaktif dalam menangani permintaan pelanggan melalui platform digital.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 2: Literasi digital sangat berpengaruh. Dengan pemahaman yang baik, saya bisa lebih efisien dan produktif dalam pekerjaan saya.

Pewawancara: Apakah ada contoh di mana literasi digital secara langsung berdampak pada penghematan waktu atau peningkatan produktivitas?
Karyawan 2: Ya, dengan sistem manajemen yang tepat, kami bisa mengurangi waktu yang dihabiskan untuk pengelolaan stok.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Karyawan 2: Saya berharap kami bisa mendapatkan lebih banyak pelatihan agar seluruh tim bisa lebih terampil dalam menggunakan teknologi.

Transkrip Wawancara dengan Karyawan 1 Angel Store

Bagian 1: Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Bagaimana teknologi digital membantu atau memengaruhi proses produksi di toko ini?
Karyawan 1: Teknologi digital sangat membantu kami dalam mengatur jadwal produksi. Kami menggunakan aplikasi untuk memantau progres setiap produk, sehingga semuanya lebih terkoordinasi.

Pewawancara: Apakah Anda merasa ada peningkatan atau penurunan jumlah produksi saat teknologi atau alat digital digunakan?
Karyawan 1: Peningkatan, ya. Sejak kami menggunakan sistem digital, produksi kami meningkat sekitar 15% karena kami bisa menghindari kesalahan dalam pengolahan data.

Pewawancara: Seberapa sering Anda menggunakan teknologi digital dalam proses produksi, dan apakah ini menurut Anda membuat pekerjaan lebih efisien?
Karyawan 1: Setiap hari. Saya merasa ini membuat pekerjaan kami lebih cepat dan terstruktur, sehingga bisa fokus pada kualitas produk.

Efisiensi Teknis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam penggunaan input untuk mencapai output yang diinginkan?
Karyawan 1: Kami bisa lebih akurat dalam menggunakan bahan baku. Dengan data yang tepat, kami tidak perlu lagi memesan lebih banyak dari yang diperlukan.

Pewawancara: Dapatkah Anda memberikan contoh spesifik di mana penggunaan alat digital membuat proses kerja menjadi lebih cepat atau lebih mudah?
Karyawan 1: Kami menggunakan software untuk menghitung kebutuhan bahan baku. Ini mempercepat proses perencanaan karena tidak perlu menghitung manual.

Pewawancara: Apakah ada alat digital tertentu yang menurut Anda meningkatkan efisiensi secara teknis dalam bisnis?
Karyawan 1: Aplikasi pengelolaan inventaris sangat membantu. Kami bisa dengan mudah melacak persediaan dan tidak ada lagi kekurangan bahan.

Efisiensi Harga/Alokatif

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital memengaruhi keputusan mengenai harga atau alokasi sumber daya dalam bisnis ini?
Karyawan 1: Kami menggunakan analisis pasar untuk menentukan harga. Ini membantu kami bersaing dan mendapatkan keuntungan lebih.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah teknologi digital membantu toko ini dalam menyesuaikan harga atau alokasi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan?
Karyawan 1: Ya, dengan data yang kami dapatkan, kami bisa menyesuaikan harga dengan cepat sesuai dengan permintaan pasar.

Pewawancara: Bisakah Anda memberikan contoh bagaimana teknologi digital telah mengurangi biaya atau meningkatkan efisiensi dalam menentukan harga?
Karyawan 1: Kami dapat menghindari kesalahan harga karena sistem otomatis kami. Ini mengurangi risiko kerugian akibat kesalahan penetapan harga.

Efisiensi Ekonomis

Pewawancara: Bagaimana menurut Anda penggunaan teknologi digital dapat mengurangi biaya operasional di toko ini?
Karyawan 1: Dengan mengotomatiskan beberapa proses, kami mengurangi waktu kerja, yang berarti mengurangi biaya tenaga kerja.

Pewawancara: Apakah ada proses yang lebih efisien dari segi biaya yang Anda rasakan setelah menggunakan teknologi digital?
Karyawan 1: Proses pengiriman lebih efisien. Kami menggunakan aplikasi untuk merencanakan rute pengiriman yang menghemat waktu dan bahan bakar.

Pewawancara: Apakah menurut Anda teknologi digital telah membantu mencapai efisiensi secara keseluruhan dengan menghemat waktu atau biaya?
Karyawan 1: Sangat membantu. Kami menghemat banyak waktu, dan itu berarti kami bisa memproduksi lebih banyak.

Bagian 2: Literasi Digital

Technical (Pemahaman Konteks Digital)

Pewawancara: Seberapa baik Anda memahami berbagai aplikasi atau alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 1: Saya cukup paham. Kami mendapatkan pelatihan saat mulai bekerja dan saya terus belajar saat menggunakan alat tersebut.

Pewawancara: Bagaimana pemahaman Anda tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks toko ini memengaruhi pekerjaan Anda sehari-hari?
Karyawan 1: Memahami teknologi membuat saya lebih percaya diri dalam menyelesaikan tugas, sehingga bisa lebih produktif.

Pewawancara: Apakah ada kesulitan dalam memahami sistem digital yang Anda gunakan di sini?
Karyawan 1: Kadang-kadang, saat ada pembaruan sistem, saya butuh waktu untuk beradaptasi. Namun, itu biasanya tidak lama.

Cognitive (Kemampuan Berpikir dan Pemahaman Digital)

Pewawancara: Bagaimana kemampuan Anda dalam memahami informasi yang diperoleh dari alat digital yang digunakan di toko ini?
Karyawan 1: Saya merasa cukup baik. Saya bisa menganalisis data untuk membantu dalam pengambilan keputusan sehari-hari.

Pewawancara: Apakah Anda merasa perlu memperdalam kemampuan berpikir untuk menggunakan teknologi secara efektif?
Karyawan 1: Ya, saya ingin terus belajar lebih banyak tentang analisis data untuk meningkatkan kinerja saya.

Constructive (Kemampuan Menghasilkan Konten Baru)

Pewawancara: Apakah Anda pernah menggunakan konten atau informasi dari berbagai sumber digital untuk menciptakan hal baru bagi bisnis ini?
Karyawan 1: Saya pernah mencari ide produk baru melalui media sosial dan platform e-commerce untuk melihat tren terbaru.

Pewawancara: Seberapa sering Anda memanfaatkan informasi dari internet atau sumber digital lain untuk inovasi produk atau pemasaran?
Karyawan 1: Hampir setiap hari. Saya selalu mencari inspirasi untuk produk baru.

Communicative (Kemampuan Berkomunikasi di Lingkungan Digital)

Pewawancara: Bagaimana peran komunikasi digital dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 1: Sangat penting. Kami berkomunikasi melalui aplikasi chat untuk mempercepat koordinasi dan mendapatkan umpan balik cepat.

Pewawancara: Apakah Anda merasa komunikasi digital di tempat kerja membantu dalam kolaborasi tim atau interaksi dengan pelanggan?
Karyawan 1: Ya, komunikasi digital memperlancar kolaborasi dan kami bisa lebih responsif terhadap pelanggan.

Confident (Kepercayaan Diri Menggunakan Teknologi Digital)

Pewawancara: Seberapa percaya diri Anda dalam menggunakan teknologi digital di tempat kerja?
Karyawan 1: Saya merasa percaya diri, meskipun terkadang butuh waktu untuk beradaptasi dengan alat baru.

Pewawancara: Apakah kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital membantu Anda menyelesaikan tugas lebih efisien atau efektif?
Karyawan 1: Tentu. Semakin percaya diri, semakin cepat saya menyelesaikan pekerjaan.

Creative (Kreativitas dalam Penggunaan Teknologi Digital)

Pewawancara: Pernahkah Anda menggunakan teknologi digital untuk mencoba sesuatu yang baru atau inovatif dalam pekerjaan Anda?
Karyawan 1: Ya, saya pernah menggunakan media sosial untuk melakukan kampanye pemasaran yang menarik perhatian banyak pelanggan.

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana kreativitas dalam penggunaan teknologi dapat membantu mengatasi tantangan di toko ini?

Karyawan 1: Kreativitas sangat penting dalam mencari solusi baru untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Critical (Kemampuan Reflektif dan Analitis)

Pewawancara: Bagaimana Anda mengevaluasi kelebihan dan kekurangan teknologi digital yang Anda gunakan di tempat kerja?
Karyawan 1: Kami sering berdiskusi tentang apa yang berjalan dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Kelebihannya adalah efisiensi, tetapi kadang-kadang bisa sulit saat sistem down.

Pewawancara: Apakah Anda sering mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi terhadap cara kerja atau efisiensi toko ini?
Karyawan 1: Selalu. Kami perlu terus mengevaluasi agar tetap kompetitif.

Civic (Kontribusi pada Masyarakat atau Organisasi)

Pewawancara: Apakah menurut Anda literasi digital membantu dalam membangun atau mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan?
Karyawan 1: Sangat membantu. Kami bisa lebih responsif dan mendengarkan umpan balik pelanggan dengan baik.

Pewawancara: Bagaimana penggunaan teknologi digital membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih baik di lingkungan bisnis ini?
Karyawan 1: Kami bisa menghubungi pelanggan dengan cara yang lebih personal melalui media sosial, yang meningkatkan loyalitas mereka.

Bagian 3: Hubungan Literasi Digital dan Efisiensi Bisnis

Pewawancara: Menurut Anda, bagaimana literasi digital memengaruhi efisiensi dalam pekerjaan Anda di toko ini?
Karyawan 1: Literasi digital sangat berpengaruh. Dengan pemahaman yang baik tentang teknologi, kami bisa bekerja lebih cepat dan lebih efektif.

Pewawancara: Apakah ada contoh di mana literasi digital secara langsung berdampak pada penghematan waktu atau peningkatan produktivitas?
Karyawan 1: Ya, dengan sistem pengingat otomatis untuk jadwal produksi, kami menghemat banyak waktu dalam manajemen waktu.

Pewawancara: Apakah Anda memiliki harapan atau rencana untuk meningkatkan literasi digital dalam tim Anda ke depan?
Karyawan 1: Saya berharap kami bisa mendapatkan lebih banyak pelatihan dan workshop untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kami.