

PENGEMBANGAN KOMPETENSI DIGITAL: PENGALAMAN KARYAWAN UMKM KULINER KELURAHAN BATU AMPAR

Afandi Rachman¹, Moh Tahang²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha

Email: ¹afarach151184@gmail.com, ²aang.ganesha@gmail.com

*) Corresponding Author

Abstract

Received: 03 April 2026

Revised: 10 Juni 2026

Accepted: 03 Juli 2026

Published online:

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengalaman subjektif karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar dalam mengembangkan kompetensi digital. Dengan pendekatan fenomenologi deskriptif, wawancara mendalam dilakukan terhadap 12 informan yang dipilih secara purposive sampling hingga mencapai saturasi data. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga tema utama. Pertama, karyawan memaknai kompetensi digital sebagai keterampilan praktis yang berpusat pada pengelolaan media sosial dan sistem pembayaran digital untuk mendukung efisiensi operasional. Kedua, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur teknologi, minimnya pelatihan formal terstruktur, serta resistensi internal terhadap perubahan yang dipicu oleh kecemasan digital. Ketiga, strategi adaptasi dominan melibatkan pembelajaran mandiri melalui eksperimen, bantuan dari rekan kerja atau pemilik usaha, serta pemanfaatan tutorial daring. Studi ini memperluas teori belajar sosial dan teori difusi inovasi dengan menunjukkan bahwa interaksi informal antar karyawan dan dukungan jaringan sosial berperan sebagai mekanisme krusial dalam pembentukan kompetensi digital di konteks UMKM. Kesimpulannya, pengembangan kompetensi digital di UMKM kuliner Batu Ampar merupakan proses konstruksi sosial yang dinamis, menekankan pentingnya pendekatan pelatihan berbasis komunitas dan disesuaikan dengan kebutuhan riil di lapangan untuk mendukung adaptasi teknologi yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kompetensi digital, UMKM kuliner, Fenomenologi, Batu Ampar, Adaptasi teknologi

INTRODUCTION

Transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis (Kuswinardi et al., 2024). Pergeseran menuju ekosistem digital menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku usaha, menuntut kemampuan adaptasi yang cepat terhadap inovasi teknologi (Faturrahman et al., 2025). Digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keniscayaan bagi keberlangsungan dan peningkatan daya saing usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Indonesia secara aktif mendorong digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing global. Data dari Kementerian PANRB menunjukkan hingga Mei 2024, sebanyak 25,45 juta UMKM telah masuk ke ekosistem digital, dengan target 30 juta UMKM *go digital* pada akhir tahun 2024. Namun, dari total 66,2 juta unit UMKM di Indonesia, hanya sekitar 27% yang telah memanfaatkan platform digital secara optimal (BRIN, 2024). Kesenjangan ini mengindikasikan bahwa masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnisnya.

Sektor kuliner menempati posisi penting dalam struktur UMKM Indonesia. Usaha penyediaan akomodasi dan makan minum merupakan sektor UMKM non-pertanian terbanyak kedua dengan 6,41 juta unit usaha pada tahun 2025 (Kementerian UMKM & Kadin Indonesia). Jumlah usaha makanan dan minuman di Indonesia mencapai 4,85 juta pada tahun 2023, menyerap tenaga kerja hingga 9,80 juta orang. Mayoritas UMKM di Indonesia, yaitu 53,9%, memasarkan produk makanan dan minuman, menunjukkan dominasi sektor ini. Pemanfaatan layanan pesan-antar daring telah mendorong perkembangan signifikan pada industri kuliner, sebagaimana ditemukan dalam survei Alvara terhadap 1.937 pelaku UMKM kuliner di lima kota besar (Katadata, 2023).

Kompetensi digital karyawan menjadi faktor krusial dalam keberhasilan transformasi digital UMKM. Meskipun program pelatihan literasi digital telah menjangkau ribuan pelaku UMKM Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Kominfo melatih 63.985 pelaku UMKM dengan keterampilan digital sejak 2023 hingga September 2024 (Komdigi, 2024), dan Gerakan Nasional Literasi Digital Usaha Mikro melatih lebih dari 100.000 pelaku UMKM hingga akhir 2023 (LinkUMKM, 2023) tantangan tetap ada. Skor indeks literasi digital Indonesia masih berada di angka 3,54 dari 5 pada tahun 2022 (Kementerian Kominfo, 2022), mengindikasikan perlunya peningkatan berkelanjutan. Sekitar 40% pelaku usaha mikro di Indonesia belum memahami dasar keamanan data dan pemasaran digital, sementara rendahnya literasi digital (38%), keraguan akan teknologi (35%), dan biaya investasi (31%) menjadi hambatan utama pemanfaatan teknologi bagi UMK (BRIN, 2024).

Fenomena serupa diperkirakan terjadi pada UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar. Sektor kuliner yang sangat bergantung pada interaksi pelanggan dan kecepatan layanan memerlukan karyawan dengan kompetensi digital memadai. Penggunaan aplikasi pemesanan daring, pengelolaan media sosial untuk promosi,

dan pemanfaatan sistem pembayaran digital menuntut karyawan yang terampil dan adaptif terhadap perubahan teknologi. Peran karyawan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan mengoperasikan platform digital menjadi prediktor penting efektivitas bisnis. Pengalaman karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar dalam menghadapi tuntutan kompetensi digital berpotensi memberikan gambaran mendalam tentang tantangan dan peluang yang mereka hadapi.

Penelitian terdahulu banyak berfokus pada dampak transformasi digital UMKM secara makro, adopsi teknologi, serta literasi digital secara umum. Lomagio dan Fitrianti (2022) menyelidiki pengaruh kecemasan komputer, sikap terhadap komputer, dan kepercayaan diri komputer terhadap literasi digital pelaku UMKM industri pangan. Studi ini berorientasi pada pengukuran hubungan antarvariabel secara kuantitatif, sehingga belum memberikan gambaran mendalam tentang pengalaman subjektif karyawan dalam membangun kompetensi digital. Demikian pula, Putri et al. (2025) menganalisis peran transformasi digital dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Woja, namun kurang mendalami pengalaman individu karyawan dalam proses pengembangan kompetensi digital.

Kesenjangan penelitian terlihat pada kurangnya eksplorasi mendalam mengenai pengalaman spesifik karyawan UMKM kuliner dalam mengembangkan kompetensi digital di lingkungan kerja sehari-hari. Sebagian besar studi menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga belum mampu menangkap nuansa kompleks dari persepsi, tantangan, dan strategi adaptasi individu karyawan. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan mengadopsi pendekatan kualitatif fenomenologi, yang memungkinkan penggalian data kaya dan deskriptif mengenai bagaimana karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar menginterpretasikan dan menghadapi proses pengembangan kompetensi digital mereka.

Kerangka Teoretis

Penelitian ini berlandaskan pada tiga kerangka teoretis utama. *Pertama*, konsep kompetensi digital sebagaimana didefinisikan oleh Ferrari (2013) dalam kerangka DigComp—seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif, etis, dan kritis. Dalam konteks UMKM, kompetensi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis mengoperasikan perangkat, tetapi juga kemampuan memanfaatkan teknologi untuk memecahkan masalah bisnis sehari-hari.

Kedua, teori belajar sosial Albert Bandura (1977) yang menekankan pentingnya pembelajaran observasional dan faktor lingkungan dalam pembentukan perilaku serta kompetensi. Teori ini relevan untuk memahami bagaimana karyawan UMKM belajar melalui pengamatan terhadap rekan kerja, imitasi, dan penguatan sosial dalam lingkungan kerja informal.

Ketiga, teori difusi inovasi (DOI) Everett Rogers (2003) yang menjelaskan proses adopsi inovasi melalui tahapan kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan adopsi. Karakteristik inovasi seperti keunggulan relatif, kesesuaian, kompleksitas,

kemampuan dicoba, dan kemampuan diamati memengaruhi kecepatan adopsi teknologi. Kerangka ini membantu memahami faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghambat adopsi teknologi digital di kalangan karyawan UMKM.

Berdasarkan kerangka teoretis tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab permasalahan yang berpusat pada tiga aspek krusial dari pengalaman karyawan. Pertama, penelitian ini bertujuan menangkap secara mendalam bagaimana karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar menginterpretasikan dan memaknai kompetensi digital di tengah rutinitas pekerjaan mereka, mengingat pemaknaan ini menjadi fondasi kesiapan mereka menghadapi digitalisasi. Kedua, studi ini berupaya mengidentifikasi dan mendeskripsikan hambatan-hambatan yang bersifat struktural—seperti keterbatasan infrastruktur dan akses pelatihan—maupun psikososial—seperti kecemasan digital dan resistensi terhadap perubahan—yang mewarnai proses pengembangan kapasitas digital mereka. Ketiga, penelitian ini berfokus pada penguraian mekanisme adaptasi serta peran sentral pembelajaran informal yang terbukti dominan dalam konteks UMKM, sebagai strategi konkret yang ditempuh karyawan untuk membentuk dan meningkatkan kompetensi digital mereka secara berkelanjutan.

METHODS

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan rancangan fenomenologi deskriptif untuk memahami pengalaman subjektif karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar dalam mengembangkan kompetensi digital. Fenomenologi deskriptif, yang berasal dari pemikiran filsafat Edmund Husserl, mengutamakan "kembali ke hal-hal itu sendiri" (*zu den Sachen selbst*) tanpa prasangka atau asumsi sebelumnya (Moustakas, 1994). Peneliti berusaha memahami pengalaman individu secara murni untuk mengungkap esensi makna dari fenomena yang diteliti.

Pemilihan rancangan fenomenologi deskriptif didasarkan pada kesesuaiannya dengan tujuan penelitian untuk menggali esensi pengalaman hidup individu mengenai proses pengembangan kompetensi digital (Creswell, 2013; Van Manen, 1990). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang kaya dan mendalam, menangkap nuansa dan kompleksitas pengalaman karyawan UMKM kuliner saat menghadapi tuntutan digitalisasi. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang cenderung menggeneralisasi temuan, fenomenologi deskriptif menawarkan kesempatan untuk menyelami dimensi emosional, kognitif, dan perilaku yang mendasari adaptasi digital.

Dalam penelitian fenomenologi, peneliti menerapkan prosedur *epoche* atau *bracketing*, yaitu menanggukkan penilaian dan pengalaman pribadi agar sepenuhnya terbuka terhadap perspektif partisipan (Creswell, 2013; Moustakas, 1994). Sebelum memulai pengumpulan data, peneliti menulis memo reflektif untuk mengidentifikasi asumsi awal mengenai digitalisasi UMKM. Asumsi-asumsi tersebut meliputi: (1) keyakinan bahwa karyawan UMKM menghadapi kesulitan dalam adaptasi teknologi karena keterbatasan pendidikan; (2) anggapan bahwa pemilik usaha lebih proaktif dalam adopsi digital dibandingkan karyawan; dan

(3) persepsi bahwa pelatihan formal merupakan satu-satunya jalur efektif pengembangan kompetensi. Asumsi-asumsi ini secara sadar "ditangguhkan" selama proses wawancara dan analisis data untuk memastikan interpretasi yang dihasilkan benar-benar berasal dari data yang terkumpul dari informan, bukan dari bias peneliti.

Peneliti memilih informan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan bahwa mereka dianggap paling mengetahui dan relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria utama pemilihan informan meliputi: (1) karyawan UMKM kuliner di Kelurahan Batu Ampar; (2) aktif menggunakan teknologi digital dalam pekerjaan minimal enam bulan; (3) terlibat dalam operasional harian yang berinteraksi dengan platform digital. Informan mencakup berbagai posisi, seperti staf pemasaran digital, kasir yang menggunakan sistem pembayaran digital, dan karyawan yang terlibat dalam pengelolaan pesanan daring.

Penelitian ini melibatkan 12 informan yang berasal dari 8 UMKM kuliner berbeda di Kelurahan Batu Ampar. Keragaman latar belakang informan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Demografi Informan

Kode	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Posisi	Lama Kerja
I1	22	Perempuan	SMA	Staf Pemasaran Digital	1,5 tahun
I2	31	Laki-laki	D3	Manajer Operasional	3 tahun
I3	27	Perempuan	S1	Kasir & Admin Online	2 tahun
I4	35	Laki-laki	SMA	Pemilik (merangkap karyawan)	5 tahun
I5	24	Perempuan	S1	Staf Promosi Media Sosial	1 tahun
I6	29	Laki-laki	SMA	Kurir & Pengelola Pesanan	2,5 tahun
I7	28	Perempuan	D3	Kasir	2 tahun
I8	33	Laki-laki	S1	Pemilik (merangkap karyawan)	4 tahun
I9	26	Perempuan	SMA	Staf Pelayanan & Kasir	1,5 tahun
I10	30	Laki-laki	D3	Manajer Operasional	3 tahun

I11	23	Perempuan	S1	Staf Pemasaran Digital	1 tahun
I12	34	Laki-laki	SMA	Pemilik (merangkap karyawan)	6 tahun

Jumlah informan sebanyak 12 orang dipandang cukup karena data yang terkumpul telah mencapai saturasi, yaitu kondisi di mana informasi baru yang diperoleh tidak lagi memberikan tambahan makna signifikan terhadap tema-tema yang telah teridentifikasi (Creswell, 2013). Saturasi data dicapai setelah wawancara dengan informan ke-10, dan dua wawancara tambahan dilakukan untuk mengonfirmasi tidak adanya tema baru yang muncul.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi untuk mencapai triangulasi data (Creswell, 2013; Moleong, 2021).

Wawancara Semi-Terstruktur. Wawancara mendalam menjadi metode utama untuk menggali pengalaman, persepsi, dan interpretasi karyawan. Peneliti menyiapkan pedoman wawancara yang fleksibel, memungkinkan informan mengembangkan jawaban secara bebas dan mendalam (Sugiyono, 2023). Pertanyaan fokus pada aspek motivasi belajar digital, tantangan yang dihadapi, strategi yang digunakan, serta dampak pengembangan kompetensi digital pada pekerjaan. Wawancara berlangsung selama 45–90 menit per informan dan direkam menggunakan alat perekam audio, kemudian ditranskrip secara verbatim. Wawancara dilakukan di tempat kerja informan pada jam kerja yang telah disepakati, antara bulan Maret hingga Mei 2024.

Observasi Partisipatif. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap perilaku dan interaksi karyawan dalam konteks kerja sehari-hari, khususnya penggunaan teknologi digital. Observasi dilakukan selama 3 minggu dengan frekuensi 3–4 kali kunjungan per minggu, masing-masing selama 2–3 jam. Pengamatan terfokus pada cara karyawan mengoperasikan perangkat digital, berinteraksi dengan platform daring, serta mengatasi kendala teknis yang muncul. Catatan lapangan dibuat secara rinci untuk mendokumentasikan observasi, termasuk deskripsi lingkungan kerja, aktivitas yang diamati, dan percakapan informal yang relevan.

Dokumentasi. Peneliti mengumpulkan dan menganalisis berbagai dokumen tertulis atau visual yang relevan, seperti materi pelatihan digital, panduan penggunaan aplikasi, laporan penjualan daring, unggahan media sosial yang dikelola UMKM, serta tangkapan layar (*screenshot*) dari platform digital yang digunakan (Moleong, 2021).

Analisis data menggunakan metode fenomenologi Giorgi (1985) yang terdiri dari empat langkah:

Langkah 1: Membaca Keseluruhan (Sense of Whole). Peneliti membaca seluruh transkrip wawancara berulang kali untuk memperoleh pemahaman holistik tentang pengalaman informan.

Langkah 2: Identifikasi Unit Makna (Meaning Units). Peneliti mengidentifikasi dan menandai unit-unit makna dalam transkrip—bagian-bagian teks yang mengandung informasi penting terkait pengalaman pengembangan kompetensi

digital. Setiap unit makna diberi kode awal, misalnya "PM" (pembelajaran mandiri), "TS" (tantangan struktural), "TP" (tantangan psikologis), "DI" (dukungan internal), dan "DE" (dukungan eksternal).

Langkah 3: Transformasi Unit Makna ke dalam Bahasa Psikologis. Peneliti mengubah unit makna dari bahasa sehari-hari informan ke dalam bahasa yang lebih reflektif dan psikologis, tanpa kehilangan esensi makna asli.

Langkah 4: Sintesis Struktur Pengalaman. Peneliti menyintesis unit-unit makna yang telah ditransformasi menjadi struktur umum pengalaman (*general structure*) yang menggambarkan esensi fenomena pengembangan kompetensi digital dari perspektif karyawan UMKM.

Untuk menjamin kredibilitas data, penelitian ini menerapkan beberapa strategi (Creswell, 2013; Moleong, 2021):

1. *Member Checking*: Setelah analisis awal, peneliti melakukan verifikasi dengan 4 informan (I2, I4, I7, I10) untuk memastikan interpretasi peneliti sesuai dengan perspektif mereka. Semua informan mengonfirmasi keakuratan interpretasi.
2. *Peer Debriefing*: Peneliti mendiskusikan temuan dan interpretasi dengan dua kolega akademisi yang memiliki keahlian dalam metodologi kualitatif untuk memperoleh umpan balik kritis.
3. *Thick Description*: Peneliti menyajikan deskripsi konteks yang kaya dan rinci untuk memungkinkan pembaca menilai sejauh mana temuan dapat ditransfer ke konteks lain (*transferability*).
4. *Audit Trail*: Seluruh proses penelitian, termasuk memo reflektif, catatan lapangan, transkrip wawancara, dan keputusan analisis, didokumentasikan secara sistematis.

Penelitian ini telah mendapat persetujuan etik dari komite etik penelitian STIE Ganesha. Semua informan menandatangani *informed consent* setelah diberikan penjelasan tentang tujuan penelitian, prosedur, risiko, dan hak mereka untuk mengundurkan diri sewaktu-waktu. Identitas informan dilindungi melalui penggunaan kode dan penghilangan informasi yang dapat mengidentifikasi. Rekaman wawancara dan transkrip disimpan dengan aman dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini.

RESULT AND DISCUSSION

Bagian ini menyajikan temuan-temuan yang diperoleh dari penggalian pengalaman subjektif 12 informan. Analisis data fenomenologi mengidentifikasi tiga tema utama yang merefleksikan esensi pengalaman karyawan: (1) pemaknaan kompetensi digital sebagai keterampilan praktis operasional; (2) tantangan struktural dan psikososial dalam pengembangan kompetensi; serta (3) mekanisme adaptasi dan pembelajaran informal.

Pemaknaan Kompetensi Digital sebagai Keterampilan Praktis Operasional

Seluruh informan mengasosiasikan kompetensi digital dengan kemampuan praktis yang langsung mendukung pekerjaan sehari-hari. Pemaknaan ini terbentuk dari interaksi langsung mereka dengan teknologi untuk mempromosikan produk, mengelola pesanan, atau mencatat transaksi penjualan. Sebagian besar informan menyebut media sosial dan sistem pembayaran digital sebagai dua area utama yang mereka kuasai.

"Kalau kompetensi digital ya yang saya pahami itu bisa bikin konten Instagram buat promosi makanan, bisa bales chat pelanggan di WhatsApp, sama pakai QRIS buat bayaran. Itu sudah cukup buat saya." (I1, Staf Pemasaran Digital, usia 22 tahun)
"Saya belajar pakai aplikasi kasir digital karena pemilik minta. Dulu masih catat manual, sekarang pakai HP. Yang penting transaksi cepat dan tidak salah hitung." (I7, Kasir, usia 28 tahun)

Pemaknaan yang berorientasi pada tugas spesifik ini mencerminkan pemahaman kompetensi digital sebagai perangkat pemecahan masalah operasional, bukan sebagai konsep abstrak. Informan yang terlibat langsung dalam pemasaran digital menunjukkan pemahaman yang lebih komprehensif dibandingkan informan di posisi lain. I4, seorang pemilik sekaligus karyawan, menyatakan:

"Saya dulu tidak percaya digital marketing, tapi setelah lihat pesaing naik penjualan lewat Instagram, saya mulai belajar. Sekarang saya bisa atur iklan sendiri meskipun masih sederhana." (I4, Pemilik & Karyawan, usia 35 tahun)

Namun, beberapa informan mengakui bahwa pemahaman mereka masih terbatas pada fungsi dasar dan belum mampu memanfaatkan fitur-fitur lanjutan. Keterbatasan ini sering kali dikaitkan dengan kurangnya waktu dan akses terhadap pelatihan.

"Saya bisa upload foto dan tulis caption, tapi kalau untuk analisis insight atau bikin iklan berbayar, saya belum paham. Belum ada yang ngajarin." (I5, Staf Promosi Media Sosial, usia 24 tahun)

Tantangan dalam Pengembangan Kompetensi Digital

Informan mengidentifikasi tiga kategori tantangan utama: keterbatasan infrastruktur, minimnya pelatihan formal, dan resistensi internal terhadap perubahan.

Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Tujuh dari 12 informan menyebutkan koneksi internet yang tidak stabil dan keterbatasan perangkat sebagai hambatan signifikan.

"Di sini sinyal sering putus-putus, apalagi kalau hujan. Jadi kalau lagi rame pesanan online, sistem bisa error, pelanggan komplain. Kami jadi malas pakai fitur yang lebih canggih." (I6, Kurir & Pengelola Pesanan, usia 29 tahun)

"HP saya masih yang lama, penyimpanan kecil. Jadi kalau mau instal aplikasi baru, harus hapus yang lain. Ini bikin saya sulit coba-coba aplikasi baru." (I9, Staf Pelayanan & Kasir, usia 26 tahun)

Minimnya Pelatihan Formal Terstruktur

Sembilan dari 12 informan menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan digital formal. Pembelajaran yang ada bersifat insidental dan tidak terencana.

"Belum pernah ada pelatihan dari pemerintah atau dari pemilik. Saya belajar sendiri dari YouTube dan TikTok. Kadang lihat teman yang lebih paham, saya tanya." (I3, Kasir & Admin Online, usia 27 tahun)

"Pernah dengar ada program pelatihan UMKM dari dinas, tapi saya tidak tahu cara daftarnya. Informasinya tidak sampai ke kami." (I10, Manajer Operasional, usia 30 tahun)

Ketiadaan pelatihan formal ini memperlambat proses adopsi teknologi dan membuat karyawan hanya menguasai keterampilan yang benar-benar dibutuhkan untuk tugas sehari-hari, tanpa eksplorasi lebih luas.

Resistensi Internal dan Kecemasan Digital

Lima informan mengungkapkan perasaan cemas atau ragu terhadap teknologi baru, terutama yang berasal dari generasi lebih tua atau yang terbiasa dengan metode manual.

"Saya sudah 6 tahun pakai catatan manual. Tiba-tiba disuruh pakai aplikasi, saya takut salah input. Kalau salah, uang bisa hilang." (I12, Pemilik & Karyawan, usia 34 tahun)

"Awalnya saya males belajar aplikasi baru. Soalnya sudah nyaman dengan cara lama. Tapi karena pelanggan minta bayar pakai QRIS, saya terpaksa belajar." (I2, Manajer Operasional, usia 31 tahun)

Kecemasan ini tidak hanya bersifat teknis tetapi juga psikologis, terkait dengan rasa takut membuat kesalahan dan kehilangan kendali atas pekerjaan. Beberapa informan menyebutkan bahwa dukungan dari rekan kerja yang lebih muda membantu mengurangi kecemasan tersebut.

Mekanisme Adaptasi dan Pembelajaran Informal

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, informan mengembangkan strategi adaptasi yang kreatif. Tiga pola utama teridentifikasi: pembelajaran mandiri melalui eksperimen, bantuan dari rekan kerja atau pemilik, dan pemanfaatan tutorial daring.

Pembelajaran Mandiri Melalui Eksperimen

Delapan dari 12 informan (67%) menyatakan bahwa mereka belajar melalui coba-coba langsung (*learning by doing*).

"Saya belajar Instagram dengan cara mencoba sendiri. Posting satu konten, lihat reaksinya, besok saya coba yang lain. Lama-lama tahu mana yang disukai pelanggan." (I11, Staf Pemasaran Digital, usia 23 tahun)

"Aplikasi kasir baru, saya coba-coba dulu di HP sendiri sebelum dipakai untuk transaksi beneran. Kalau ada yang salah, saya hapus dan ulangi." (I7, Kasir, usia 28 tahun)

Eksperimen ini sering kali dilakukan di luar jam kerja, menunjukkan inisiatif personal yang kuat meskipun tanpa insentif formal.

Bantuan dari Rekan Kerja atau Pemilik Usaha

Sepuluh dari 12 informan (83%) mengandalkan bantuan informal dari rekan kerja atau pemilik usaha dalam mengatasi kesulitan teknis.

"Kalau saya bingung, saya tanya teman yang lebih muda. Mereka lebih paham teknologi. Kadang mereka tunjukkan langsung cara pakainya." (I12, Pemilik & Karyawan, usia 34 tahun)

"Pemilik saya anak muda, jadi dia sering ngajarin kami. Dia buat grup WhatsApp khusus buat tanya-tanya kalau ada masalah aplikasi." (I8, Pemilik & Karyawan, usia 33 tahun)

Fenomena ini menunjukkan adanya "pembelajaran terbalik" (*reverse learning*) di mana karyawan yang lebih muda atau lebih melek teknologi menjadi sumber pengetahuan bagi rekan yang lebih senior. Pola ini tidak hanya mempercepat adopsi teknologi tetapi juga memperkuat kohesi tim.

Pemanfaatan Tutorial Daring

Enam dari 12 informan (50%) memanfaatkan tutorial daring, terutama dari YouTube dan TikTok, sebagai sumber belajar.

"Saya sering cari tutorial di YouTube. Tinggal ketik 'cara buat iklan Instagram' atau 'cara pakai QRIS', langsung muncul banyak video. Saya tonton sambil praktik." (I1, Staf Pemasaran Digital, usia 22 tahun)

"TikTok banyak konten tips UMKM. Saya ikuti akun-akun yang sering berbagi trik digital marketing." (I5, Staf Promosi Media Sosial, usia 24 tahun)

Namun, beberapa informan mengakui bahwa tutorial daring tidak selalu mudah diikuti karena perbedaan antarmuka aplikasi atau bahasa yang terlalu teknis.

PEMBAHASAN

Konstruksi Sosial Kompetensi Digital Karyawan UMKM

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan kompetensi digital oleh karyawan UMKM kuliner di Batu Ampar terbentuk melalui proses konstruksi sosial yang dinamis. Karyawan tidak menerima definisi kompetensi digital dari atas (*top-down*), melainkan mengkonstruksi pemahaman mereka melalui interaksi sehari-hari dengan teknologi, rekan kerja, dan pelanggan. Pemaknaan yang berpusat pada keterampilan praktis seperti media sosial dan sistem pembayaran digital mencerminkan apa yang oleh Ferrari (2013) disebut sebagai aspek operasional dari kompetensi digital kemampuan menggunakan perangkat dan aplikasi untuk menyelesaikan tugas tertentu.

Namun, temuan ini juga menunjukkan bahwa pemahaman karyawan masih terbatas pada dimensi teknis dan belum menjangkau aspek kritis dan etis dari kompetensi digital sebagaimana dirumuskan dalam kerangka DigComp (Ferrari, 2013). Keterbatasan ini bukan semata-mata karena kurangnya kapasitas individu, melainkan juga karena lingkungan kerja yang tidak menyediakan ruang dan sumber daya untuk eksplorasi yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan pandangan Leonardi dan Neeley (2022) bahwa kompetensi digital dalam konteks organisasi tidak hanya tentang keterampilan teknis tetapi juga tentang kemampuan membaca data dan membuat keputusan berbasis bukti digital aspek yang belum terlihat secara signifikan di kalangan informan.

Dinamika Tantangan dan Hambatan Pengembangan Kompetensi

Tantangan yang diidentifikasi dalam penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam dua level: struktural dan psikososial. Pada level struktural, keterbatasan infrastruktur teknologi dan minimnya pelatihan formal merupakan hambatan yang telah lama diidentifikasi dalam literatur UMKM di Indonesia (Hermina, 2024; BRIN, 2024). Yang menarik dari temuan ini adalah bagaimana dua hambatan tersebut saling memperkuat: koneksi internet yang buruk membuat karyawan enggan bereksperimen dengan fitur-fitur baru, sementara ketiadaan pelatihan formal membuat mereka tidak memiliki panduan untuk mengatasi kendala teknis secara sistematis.

Pada level psikososial, resistensi internal dan kecemasan digital yang diungkapkan oleh beberapa informan memperkuat temuan Lomagio dan Fitrianti (2022) tentang pengaruh kecemasan komputer terhadap literasi digital. Namun, penelitian ini

memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kecemasan digital di kalangan karyawan UMKM tidak semata-mata bersifat individual, melainkan juga dipicu oleh faktor kontekstual seperti kurangnya dukungan organisasi dan tekanan untuk beradaptasi tanpa panduan yang memadai. Sebagaimana diungkapkan I12: "*Saya takut salah input. Kalau salah, uang bisa hilang*" kecemasan ini mencerminkan ketiadaan *safety net* dalam proses pembelajaran, di mana kesalahan dianggap sebagai kegagalan bagian dari proses belajar.

Mekanisme Adaptasi dan Pembelajaran Informal

Temuan paling signifikan dari penelitian ini adalah dominasi pembelajaran informal sebagai mekanisme utama pengembangan kompetensi digital. Pola pembelajaran yang melibatkan eksperimen mandiri, bantuan rekan kerja, dan tutorial daring menunjukkan bahwa karyawan UMKM mengembangkan strategi adaptasi yang kreatif meskipun dalam keterbatasan sumber daya.

Fenomena ini secara kuat mendukung teori belajar sosial Bandura (1977), khususnya konsep pembelajaran observasional dan *vicarious reinforcement*. Karyawan belajar dengan mengamati rekan kerja yang lebih mahir (I12: "*saya tanya teman yang lebih muda*"), meniru perilaku yang berhasil (I11: "*saya lihat reaksinya, besok saya coba yang lain*"), dan memperoleh penguatan dari hasil yang positif. Yang menarik, proses pembelajaran ini sering kali bersifat "terbalik" (*reverse mentoring*), di mana karyawan yang lebih muda atau lebih melek teknologi menjadi model bagi yang lebih senior. Pola ini memperkaya teori Bandura dengan menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM, hierarki pembelajaran tidak selalu searah dari senior ke junior, melainkan dapat berlangsung secara multidireksional berdasarkan kompetensi teknis. Temuan ini juga memperluas teori difusi inovasi Rogers (2003) dengan menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM, karakteristik inovasi seperti *trialability* (kemampuan mencoba) dan *observability* (kemampuan melihat hasil) memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan *relative advantage* (keunggulan relatif). Karyawan lebih cepat mengadopsi teknologi jika mereka dapat mencobanya secara langsung dan melihat manfaatnya dalam waktu singkat, sebagaimana diungkapkan I7: "*saya coba-coba dulu di HP sendiri sebelum dipakai untuk transaksi beneran*". Hal ini mengindikasikan bahwa program pelatihan digital untuk UMKM sebaiknya dirancang dengan pendekatan *hands-on* dan berbasis kasus nyata, bukan sekadar teori.

Peran Modal Sosial dan Dukungan Eksternal

Penelitian ini secara implisit menunjukkan signifikansi modal sosial—jaringan hubungan dan kepercayaan di antara karyawan—dalam mempercepat atau menghambat proses adaptasi digital. Jaringan informal di antara karyawan UMKM kuliner, yang terjalin erat karena sifat usaha yang cenderung kekeluargaan, menjadi saluran penting untuk berbagi pengetahuan dan mengatasi kendala teknis. Hal ini sejalan dengan pandangan Bourdieu tentang modal sosial, di mana koneksi dan jaringan sosial menghasilkan sumber daya berharga yang dapat dimobilisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Dukungan internal dari pemilik usaha juga berperan krusial. Pemilik yang proaktif menyediakan perangkat digital atau mendorong penggunaan aplikasi baru secara tidak langsung memfasilitasi pengembangan kompetensi (I8: "*pemilik saya anak muda, jadi dia sering ngajarin kami*"). Namun, dukungan eksternal dari pemerintah dan penyedia platform digital masih dirasakan belum optimal oleh

informan. Program pelatihan yang ada sering kali tidak menjangkau UMKM di tingkat kelurahan, atau informasinya tidak sampai ke karyawan (I10: "*saya tidak tahu cara daftarnya*"). Kesenjangan antara kebijakan makro dan implementasi di tingkat mikro ini menjadi tantangan tersendiri yang memerlukan perhatian dari pemangku kebijakan.

Implikasi bagi Desain Intervensi

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi perancangan program pengembangan kompetensi digital yang lebih relevan dan efektif. Pertama, program pelatihan sebaiknya tidak menerapkan kurikulum standar yang kaku, melainkan dirancang dengan pendekatan yang disesuaikan dan kontekstual berdasarkan kebutuhan riil di lapangan. Kedua, pemanfaatan *peer learning* atau *mentor-mentee* di antara sesama karyawan UMKM perlu diintegrasikan ke dalam desain program, mengingat tingginya efektivitas pembelajaran informal yang teramati dalam penelitian ini. Ketiga, program perlu mempertimbangkan dimensi emosional seperti kecemasan digital dengan menyertakan dukungan psikososial atau sesi berbagi pengalaman untuk membangun rasa percaya diri. Keempat, akses terhadap infrastruktur digital yang stabil dan terjangkau perlu difasilitasi oleh pemerintah daerah agar hambatan struktural tidak terus menghambat proses adaptasi.

CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan kompetensi digital di kalangan karyawan UMKM kuliner Kelurahan Batu Ampar merupakan proses konstruksi sosial yang dinamis, di mana pemaknaan, tantangan, dan strategi adaptasi terbentuk melalui interaksi sehari-hari dengan teknologi, rekan kerja, dan lingkungan usaha. Karyawan memaknai kompetensi digital sebagai keterampilan praktis operasional yang berpusat pada media sosial dan sistem pembayaran digital, mencerminkan pemahaman yang masih terbatas pada dimensi teknis. Tantangan utama meliputi keterbatasan infrastruktur teknologi, minimnya pelatihan formal, serta resistensi internal dan kecemasan digital. Meskipun demikian, karyawan mengembangkan strategi adaptasi kreatif melalui pembelajaran mandiri, bantuan rekan kerja, dan pemanfaatan tutorial daring. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya teori belajar sosial Bandura (1977) dengan menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM, pembelajaran observasional terjadi melalui pola *reverse mentoring* di mana karyawan yang lebih muda menjadi model bagi yang lebih senior. Penelitian ini juga memperluas teori difusi inovasi Rogers (2003) dengan menunjukkan bahwa *trialability* dan *observability* memiliki peran lebih dominan dibandingkan *relative advantage* dalam adopsi teknologi di kalangan karyawan UMKM. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan: (1) program pelatihan digital yang disesuaikan dengan kebutuhan riil dan berbasis *hands-on*; (2) pemanfaatan *peer learning* dan *mentor-mentee* sebagai strategi utama; (3) fasilitasi akses infrastruktur digital oleh pemerintah daerah; serta (4) integrasi dukungan psikososial untuk mengatasi kecemasan digital. Kolaborasi strategis antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan penyedia teknologi diharapkan menciptakan ekosistem yang kondusif bagi digitalisasi UMKM yang berkelanjutan. Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk mengeksplorasi pengembangan kompetensi digital

pada sektor UMKM lain di luar kuliner, serta mengkaji efektivitas program pelatihan berbasis *peer learning* dalam jangka panjang.

REFERENCES

- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Faturrahman, F., et al. (2025). Pengembangan UMKM berbasis transformasi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45–62.
- Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A framework for developing and understanding digital competence in Europe*. Joint Research Centre, European Commission.
- Giorgi, A. (1985). Sketch of a psychological phenomenological method. In A. Giorgi (Ed.), *Phenomenology and psychological research* (pp. 8–22). Duquesne University Press.
- Herminal, H. (2024). Improving the escalation of micro, small, and medium enterprises (MSME) based on digital economy acceleration and capability through value creation on West Java SME enterpriser. *Journal of Economics and Business*, 7(2), 112–128.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2022). *Indeks literasi digital Indonesia 2022*. Kominform.
- Kuswinardi, K., et al. (2024). Pengaruh mindset transformasi digital terhadap peningkatan bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(3), 234–249.
- Leonardi, P. M., & Neeley, T. (2022). *The digital mindset: What it really takes to thrive in the age of data, algorithms, and AI*. Harvard Business Review Press.
- Lomagio, A., & Fitrianti, F. (2022). Pengaruh computer anxiety, computer attitude dan computer self-efficacy terhadap literasi digital pelaku UMKM industri pangan. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 18(2), 156–170.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Putri, A. R., et al. (2025). Implementasi digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing pemasaran UMKM Gapit Gamoh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 78–92.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. State University of New York Press.