

STRATEGI SOSIAL MEDIA, KECAKAPAN LITERASI INFORMASI DAN LITERASI DIGITAL *START-UP SIGER INNOVATION HUB (@SIGERHUB)* SEBAGAI INKUBATOR BISNIS UMKM DI PROVINSI LAMPUNG

Andi Windah

Universitas Lampung

Email: andiwindah@fisip.unila.ac.id

Eri Maryani

Universitas Lampung

Email: erimaryani@fisip.unila.ac.id

Purwanto Putra

Universitas Lampung

Email: purwanto.putra@fisip.unila.ac.id

Received: 08-06-2022

Revised: 16-06-2022

Accepted: 25-06-2022

DOI: 10.24036/ib.v3i2.322

Abstract

The Covid-19 pandemic has had a tremendous impact on the economy, from its emergence until now after this pandemic began to subside. In 2021 almost the whole world faces an economic downturn and causes a very deep contraction as almost all countries carry out strict mobility restrictions. In Indonesia itself, the economy has deteriorated starting in the second quarter (Q2) 2020. Then in the following periods it can start to rise, starting from the second quarter of 2021, which turned positive at 7.07% of the impact of investment and an increase in household consumption. It turns out that the MSME sector has a very significant and strategic role to support these improvements and even in the future it is predicted that it will continue to move as an engine of economic recovery after the Covid-19 pandemic. It should also be noted that the positive contribution brought by MSMEs will be able to save the economy from conditions of lack of certainty. In order to strengthen this, support and various ideas, innovation and collaboration from various parties are needed so that MSMEs can get out of pressure and support economic growth. Therefore, this study wishes to contribute by looking at the potential for adopting and implementing social media strategies and digital literacy skills and information literacy implemented in various Siger Innovation start-up programs and activities in supporting MSMEs in contributing to economic recovery after the Covid-19 pandemic. 19, especially for Lampung Province. This study uses a qualitative-descriptive approach in order to present a detailed description of the setting and literacy skills for MSME actors. The results of the study show that the social media strategy and the adoption of ideas and the implementation of digital literacy and information literacy skills for prospective and MSME actors in Lampung Province have urgency to be implemented immediately as a solution to the challenges of possible innovation (behavior) changes (behavior) habits and operations of the MSME sector after Covid-19 . Accelerate the

transformation of MSMEs through strengthening the digital literacy and information literacy sectors to support MSME business functions (production, promotion and marketing) after Covid-19.

Keywords: Digital Literacy, Information Literacy, Post-Covid-19, MSMEs

Abstrak

Pandemi Covid-19 memengaruhi perekonomian dengan sangat luar biasa, mulai dari kemunculan hingga sekarang setelah pandemi ini mulai mereda. Pada tahun 2021 hampir seluruh dunia menghadapi penurunan ekonomi dan menyebabkan kontraksi yang sangat dalam karena hampir semua negara melakukan pembatasan mobilitas secara ketat. Di Indonesia sendiri ekonomi telah mengalami pemburukan mulai kuartal II (Q2) 2020. Kemudian pada masa-masa berikutnya mulai bisa bangkit, mulai dari triwulan II 2021, yang berbalik positif 7,07% dampak investasi dan peningkatan konsumsi rumah tangga. Ternyata bidang UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dan strategis untuk mendukung perbaikan tersebut dan bahkan kedepannya diprediksi akan terus bergerak sebagai mesin pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Perlu pula diketahui bahwa kontribusi positif yang dibawa UMKM akan bisa menjadi penyelamat ekonomi dari kondisi minim kepastian. Dalam rangka memperkuat hal tersebut maka dibutuhkan dukungan dan berbagai gagasan, inovasi dan kolaborasi berbagai pihak agar UMKM dapat keluar dari tekanan dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu penelitian ini berkeinginan untuk turut memberikan sumbangsih dengan melihat potensi pengadopsian dan implementasi strategi sosial media dan kecakapan literasi digital dan literasi informasi yang diimplementasikan dalam berbagai program dan kegiatan *star-up* Siger Innovation dalam mendukung UMKM turut memulihkan (recovery) ekonomi pasca Covid-19, khususnya untuk wilayah Provinsi Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif guna untuk menyajikan gambaran detail mengenai setting dan kecakapan literasi bagi pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi sosial media dan adopsi gagasan dan implementasi kemampuan literasi digital dan literasi informasi bagi calon dan pelaku UMKM di Provinsi Lampung memiliki urgensi untuk segera diterapkan sebagai solusi atas tantangan kemungkinan inovasi perubahan (behavior) kebiasaan dan operasional sektor UMKM pasca Covid-19. Mempercepat transformasi UMKM melalui penguatan sektor literasi digital dan literasi informasi untuk mendukung fungsi bisnis UMKM (produksi, promosi dan pemasaran) pasca Covid-19.

Kata kunci: Literasi Digital, Literasi Informasi, Pasca Covid-19, UMKM.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 mempengaruhi perekonomian secara luar biasa. Berbagai Pemerintah negara-negara di dunia, termasuk Indonesia

berupaya dengan melakukan berbagai langkah mitigasi dan kerja sama untuk menekan penyebaran Covid-19 sekaligus mempercepat pemulihan. Pandemi Covid-19 yang disebabkan

virus, *the novel coronavirus* (2019-nCoV) atau *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2), sebagai virus corona yang tergolong baru yang tidak pernah teridentifikasi sebelumnya (Wu dkk., 2020). Krisis kesehatan tersebut telah terjadi dan berlangsung dalam beberapa tahun ini yang membawa dampak meluas dan menjadi persoalan besar untuk percepatan pemulihan ekonomi.

Dalam catatan *World Health Organization* (WHO) dilaporkan bahwa virus ini ditengarai pertama kali muncul diakhir Desember 2019, dari wilayah Wuhan, Provinsi Hubei, hingga menyebar ke seluruh Tiongkok dan dunia (Zhu dkk., 2020). WHO dalam *International Classification of Diseases* (ICD) memberi nama virus ini dengan *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19), dijelaskan oleh *International Committee on Taxonomy of Viruses* (ICTV) bahwa nama tersebut dipilih karena secara genetik memiliki keterkaitan yang erat dengan virus corona, penyebab wabah

SARS tahun 2003 (*World Health Organization* (WHO), 2020).

Virus ini menular dengan begitu cepatnya, baik secara langsung (penularan dari manusia ke manusia) dan kontak tidak langsung (penularan dari benda yang terkontaminasi termasuk melalui udara-*airborne*) (Lotfi dkk., 2020). Dalam suatu pemodelan diperkirakan sekitar 70 persen populasi dunia dapat terjangkit virus ini dan hanya menyisakan sekitar 30 persen saja yang terbebas karena memiliki tingkat imunitas atau *herd Community* yang lebih kuat (Ahmad, R. A., 2020).

Virus ini cukup mematikan dan berakibat sangat fatal ketika sampai pada fase *the cytokine storm* (badai sitokin) atau *cytokine release syndrome* (CRS) (Min dkk., 2016), (Cameron dkk., 2008), (Channappanavar & Perlman, 2017). Pandemi Covid-19 yang telah menjangkiti lebih dari 200 negara di seluruh dunia sekarang telah memasuki tahun ke-3 (tiga), virus ini terus bermutasi dan walaupun pada banyak negara telah terjadi *herd immunity* tapi

belum teratasi (Liu dkk., 2021), (Chen dkk., 2020).

Dampak krisis yang ditimbulkannya sudah begitu besar. Memukul berbagai sektor mulai kesehatan termasuk ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, hukum, dan politik dan bahkan sektor ekonomi UMKM. Upaya pemerintah-pemerintah di banyak negara untuk membiayai karantina penduduk yang membuat masyarakatnya tidak bisa leluasa beraktifitas untuk meminimalisir tingginya tingkat penularan (Yezli & Khan, 2020) berimbas serius pada ekonomi.

Hal yang terjadi persis sama dengan di Indonesia. Selain itu, *refocusing* anggaran juga diberlakukan di banyak negara, Iran salah satunya yang menyedot begitu banyak anggaran dan berpotensi menyebabkan negara tersebut terjebak dalam resesi ekonomi, pengurangan devisa, pengangguran, dan tingkat inflasi yang lebih tinggi (Abbas dkk., 2018). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi RI Q2 2020 awal pandemi

Covid-19 minus 5,32% dan itu yang terburuk sejak 1999 (Vincent Fabian Thomas, 2020).

Gerak pemerintah telah cukup antisipatif, Presiden Joko Widodo memerintahkan Menteri Perekonomian, Erlangga Hartanto untuk membentuk Tim Pemulihan Ekonomi Nasional. Menteri BUMN, Erik Tohir pun ditunjuk menjadi ketua pelaksana, berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 82 Tahun 2020 tentang Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional pada 20 Juli 2020. Inti kerja tim ini bertugas untuk memulihkan perekonomian dan kesehatan.

Setelah itu mulai terlihat ada sektor yang cukup kuat yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), melalui peningkatan anggaran yang mencapai Rp123,46 triliun. Stimulus tersebut diberikan dengan harapan akan ada akselerasi dan inovasi dari sektor UMKM. Benar saja walaupun dalam waktu panjang ekonomi Indonesia mulai bangkit memasuki

Kuartal II/2021, menjadi positif diangka 7,07 persen di hal tersebut dipicu karena adanya peningkatan investasi dan konsumsi rumah tangga yang didukung oleh keberadaan UMKM. BPS mencatatkan angka 84,93 persen berasal dari dua sektor tersebut.

Maka dari itu UMKM mesti akselerasi lagi dan mendapat dukungan penuh secara kolaboratif dari berbagai bidang-bidang lainnya, termasuk para pelaku start-up yang turut membidangi lahirnya para pebisnis baru di sektor UMKM. Bahwa tidak berlebihan jika menyebutkan bahwa ada kaitan erat antara UMKM dan informasi misalnya tentang pola perilaku pencarian informasi, termasuk strategi informasi di sosial media dan hubungannya dengan literasi digital dan literasi informasi.

Sudah dapat dipastikan bahwa kebutuhan informasi para pelaku UMKM juga mengalami berbagai perubahan atau penyesuaian antara sebelum, saat dan pasca pandemi Covid-19. Hasil penelitian Fadilah dan Ardi

dengan subyek mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi UPI dalam hal perilaku pencarian informasi antara sebelum dan selama pandemi Covid-19 menunjukan perbedaan signifikan baik dari segi motivasi, tempat, sumber, strategi, maupun hambatan (Nurfadillah & Ardiansah, 2021, hlm. 21). Hal tersebut dapat dijadikan dasar dan besar kemungkinan berlaku pada para pelaku UMKM di Indonesia.

Penelitian ini mengambil lokus pada sebuah unit usaha rintisan yang bernama Siger Hub, yang berada di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung tempatnya berada di *Siger Innovation Hub* Jl. Purnawirawan Raya No.56, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35147. Siger Innovation Hub dipilih karena pertimbangan perannya yang begitu unik yaitu sebagai Inkubator Bisnis berbasis Koperasi pertama di Indonesia.

Sigerhub atau *Siger Innovation Hub* diklaim sebagai lembaga inkubator berbasis koperasi pertama di Indonesia yang membantu inkubasi startup,

koperasi, dan UMKM serta menjadi wadah pengembangan bisnis dengan konsep kolaborasi. Kehadiran *Sigerhub* dengan tujuan dan cita-cita untuk menciptakan dan mengembangkan 1000 wirausahawan baru di setiap provinsi di pulau Sumatera.

Dalam rangka memenuhi hal tersebut tentu tidak mudah, ada berbagai tantangan dan tentunya peluang yang mesti dihadapi. Salah satu elemen yang juga berperan signifikan dalam urusan ini yaitu berkenaan dengan dunia digital, yaitu strategi sosial media, kecakapan literasi digital dan literasi informasi yang dijalankan baik itu bagi para pelaku UMKM dan lebih khusus lagi bagi *Siger Innovation Hub* sendiri yang berupaya mencapai target tersebut dalam situasi pandemi dan akan terus berlanjut pasca pandemi Covid-19. Ketiga elemen tersebut menjadi hal yang sangat krusial untuk ditelaah dan dikaji lebih lanjut.

Maka tidak berlebihan rasanya jika penelitian ini akan menekankan pada tiga aspek tersebut, yaitu strategi

sosial media, kecakapan literasi digital dan literasi informasi yang diterapkan oleh *SigerHub* dan tentunya juga akan menyinggung UMKM yang menjadi dan termasuk ke dalam bagian dari program pendampingan (inkubasi).

Lebih lanjut yang perlu pula kita pahami bersama, sekarang ini kita berada dalam situasi yang mana katakanlah paradaban Revolusi Industri 4.0 dan pembangunan berkelanjutan (Khan dkk., 2021). Dalam banyak sektor, salah satunya pengembangan UMKM tentu menuntut adanya adaptasi atau implementasi teknologi dan informasi, yang mana memang tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Adopsi teknologi dan informasi dalam hal ini dunia digital telah mengambil peran untuk mewujudkan transformasi budaya, ekonomi, politik dan sosial. Bahwa elemen tersebut merupakan langkah strategis bagi penguatan UMKM yang salah satu praktiknya bisa ditempuh melalui penambahan frekuensi pelatihan dan mengintensifkan pendampingan,

literasi digital dan literasi informasi (termasuk didalamnya strategi sosial media)(Anggraini & Supriyanto, 2019).

METODE

Untuk memperoleh hasil pembahasan yang menyeluruh atas realitas lapangan dari penelitian ini, maka penulis memilih menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis pendekatan ini dipilih dengan pertimbangan agar dapat memberi perspektif dan pemahaman secara lebih holistik atau mendalam mengenai masalah penelitian (J.R. Raco, 2010).

Selain itu pemilihan tersebut disandarkan pada karakter fleksibilitas dan terbuka yang memberi lebih banyak ruang bagi peneliti untuk terlibat dan sekaligus berpesan sebagai subyek dan obyek penelitian (Wulandari dkk., 2019), (Aspers & Corte, 2019, hlm. 139–160), guna memahami suatu fenomena (Sutton & Austin, 2015, hlm. 226–231.), termasuk juga untuk memahami proses dan konteksnya (Korstjens & Moser, 2017, hlm. 274–279), dan sekaligus memungkinkan untuk menemukan teori baru (*grounded theory*) (Alwasilah, A.

Chaedar, 2009), (Jonathan Sarwono, 2009, hlm. 119–132) (Bambang Bemby Soebyakto, 2013, hlm. 37–42).

Sehingga ancangan penelitian kualitatif ini dinilai akan sangat cocok untuk melihat dan memperoleh gambaran utuh mengenai suatu hal (Basuki, Sulisty., 2006, hlm. 28), yaitu strategi sosial media, literasi digital dan literasi informasi bagi pelaku UMKMyang diinisiasi *start-up Siger Hub*. Sebagaimana Nasaji terangkan bahwa metode deskriptif-kualitatif (*qualitative descriptive*), termasuk juga kajian fenomenologi sosial (Wiwin Yuliani, 2018) sebagai merupakan prosedur umum untuk melakukan penelitian dibidang pendidikan, psikologi, dan ilmu sosial lainnya (Nassaji, 2015, hlm. 129–132).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Sosial Media Siger Innovation Hub

Pada era teknologi dan informasi seperti sekarang ini, media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam berbagai urusan, tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana penunjang

untuk berbagi pengalaman dan cerita, tetapi juga menjadi tren yang dapat digunakan untuk kegiatan bisnis dan pemasaran. *Trend* yang berkembang saat ini semakin banyak bisnis yang memanfaatkan strategi sosial media untuk promosi dan *marketing* (pemasaran) termasuk yang diterapkan pada bisnis rintisan atau *startup*.

Di Siger Innovation Hub sendiri dari 19 orang karyawan yang berkerja di sana, ada satu karyawan yang ditugaskan secara khusus untuk menangani dan bertanggungjawab terkait sosial media dengan jabatan sebagai Social Media Manager at Siger Innovation Hub.

Untuk platform, promosi dan pemasaran siger hub selain menggunakan media sosial intragram (<https://www.instagram.com/sigerhub/>) dengan posting sebanyak 182 posts dan pengikut (followers) yang mencapai 4.432 pengikut, selain itu juga turut digunakan sosial media linkedin, yang bisa diakses melalui tautan <https://id.linkedin.com/company/siger>

hub. LinkedIn ini juga menjadi sangat relevan digunakan karena secara fungsi LinkedIn sendiri merupakan platform media sosial profesional yang menunjang atau membantu pengembangan karir seseorang, secara sederhana aplikasi ini memang diperuntukan secara khusus untuk urusan kerja atau memudahkan orang-orang untuk saling terhubung dalam urusan pekerjaan.

Secara eksplisit Chief Executive Officer SigerHub, Ikhwan Ferdian Widiarto juga turut menjelaskan bahwa dalam rangka, merespon perkembangan digital, dan UMKM saat ini, maka pihak Siger Hub secara gencar juga turut menyosialisasikan inkubator, dan melakukan open recruitment melalui sosial media dan kemitraan dengan mitra-mitra strategis yang menanungi bisnis-bisnis di Lampung.

Strategi pemasaran seperti media sosial memang telah terbukti memiliki berbagai keunggulan, mulai dari jangkauan yang lebih luas, memberikan efisiensi dari segi biaya

dan waktu, dan yang terpenting merupakan hal yang 'saat ini' (kekinian).

Kecakapan Literasi Digital Siger Innovation Hub

Dalam konteks penelitian ini juga diupayakan secara terapan untuk mendokumentasikan dari kecapan literasi dan kecakapan digital, khususnya yang berkaitan langsung dengan start-up Siger Hub dalam *men-encourage* sasaran potensial dan *stake holder* Lampung, sebagai salah satu cara untuk mencapai *brand awareness* dan optimalisasi kebermanfaatan khususnya bagi masyarakat Lampung. Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

Berbagai data yang diperoleh dari studi lapangan dan utamanya dalam bentuk kajian literatur (kepustakaan), baik data primer dan sekunder seperti yang banyak dipublikasikan dalam artikel jurnal, sumber informasi dari lembaga, pemerintah dan berbagai literatur yang

dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dianalisis dengan melakukan identifikasi masalah, mencarikan solusi dan diharapkan akan dapat diimplementasikan pihak-pihak yang memiliki kepentingan pustakawan, akademisi bidang perpustakaan informasi dan para pelaku UMKM guna untuk mempertahankan usaha dan *scale-up* (mengembangkan kemampuan usaha) dalam lingkup pengimplementasian kemampuan literasi digital dan literasi informasi.

SigerHub yang merupakan sebuah institusi atau lembaga inkubasi sektor swasta yang pertama ada di Lampung, hingga sekarang ini telah terbukti turut membantu usahawan muda dan UMKM dalam pengembangan bisnisnya. Sejarahnya SigerHub yang berdiri sejak November 2019, dengan Ikhwan Ferdian, selaku CEO SigerHub.

Pada awal berdirinya SigerHub bergerak dari lingkungan kampus Universitas Lampung (Unila). Lebih lanjut, SigerHub kemudian bertransformasi menjadi lembaga

inkubator bisnis, dengan fokus untuk menginkubasi para UMKM, Startup, dan koperasi yang ada di wilayah Provinsi Lampung.

Ada berbagai kegiatan yang dilakukan lembaga ini yaitu kegiatan pelatihan, pendampingan, mentoring, dan konsultasi kepada para usahawan baru dan punya motivasi untuk berkembang. Jika ditelaah lebih jauh apa yang menjadi landasan filosofis dan secara implementatif tertuang dalam berbagai program dan kegiatannya akan sangat berkaitan dengan dunia digital, yang secara langsung juga berkenaan dengan strategi sosial media, literasi informasi dan literasi digital.

Istilah literasi digital yang mulai populer sekitar tahun ini 2005. Literasi digital dapat pula diartikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan informasi hipertekstual dan bukan sekedar berbantuan komputer sekuensial, artinya harus ada sentuhan manusia sebagai subjeknya (Davis, C. H., & Shaw, D., 2011).

Pada tataran praktis literasi digital sudah diterapkan sejak lama. Menurut pendapat Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul, *Digital Literacy* (1997), literasi digital memiliki kesamaan dengan literasi komputer yang berkembang sejak dekade 1980-an, ketika komputer mikro ditemukan. Selain itu literasi digital menurut Anderson didefinisikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan potensi teknologi komputer (Anderson, J, 2010). Sedangkan menurut Kress, literasi digital dalam berbagai bentuknya memuat nilai-nilai yang bersifat budaya, sosial, dan ekonomi yang memungkinkan untuk saling berinteraksi dalam suatu budaya tertentu (Kress, G, 2009).

Maka dari itu literasi digital selain sebagai suatu kemampuan teknis menggunakan produk teknologi juga harus diiringi dengan kemampuan menganalisis informasi yang sumbernya tersebar luas di internet. Dari hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tahun 2018

saat ini di Indonesia hampir 64% dari penduduknya telah menggunakan internet, angkanya juga terus mengalami peningkatan signifikan hingga di 2018 mencapai 171,17 juta pengguna (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2019, hlm. 1-6).

Pelaku usaha (UMKM) dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menerima sebuah informasi yang juga diimbangi dengan kemampuan untuk menelusur dan mengidentifikasi informasi yang diterimanya terutama yang berbentuk media digital atau yang familiar disebut dengan literasi digital (Zahro, E. K., 2019, hlm. 1-25).

Kecakapan Literasi Informasi Siger Innovation Hub

Literasi informasi pertama kali diperkenalkan oleh Paul Zurkowski, yang merupakan pimpinan *American Information Industry Association*, ia dianggap sebagai pencipta istilah *information literacy*. Dalam laporannya yang disampaikan ke *US National Commission on Libraries and Information Science* awal 1970-an. Ia mengusulkan agar Pemerintah AS menyusun program

nasional yang bertujuan mencapai melek informasi dengan bidang kerja dan cakupan yang luas (Zurkowski, 1974).

Dalam argumentasinya ia menganggap bahwa orang yang melek informasi dapat lebih baik mendayagunakan informasi dibandingkan orang yang nir-informasi. Pandangan yang umum seringkali menyatakan istilah literasi informasi cenderung dikaitkan dengan *computer literacy*, *library skills* dan *critical thinking* yang merupakan sebagai pendukung terhadap perkembangan literasi informasi (Sulistyo Basuki, 2011).

Maka Literasi informasi dapat dipahami sebagai suatu keahlian untuk mengakses dan mengevaluasi informasi dengan efektif dan efisien guna memecahkan masalah atau persoalan dan mengambil keputusan. Menurut, IFLA (International Federation of Library Associations and Institution), UNESCO, NFIL (2005) manfaat dari literasi Informasi: (1) Mengidentifikasi

informasi yang dibutuhkan; (2) Menelusur informasi dan sumber informasi secara efektif dan efisien; (3) Mengelola informasi dengan baik; (4) Menyeleksi informasi dan sumber informasi yang dibutuhkan dan (5) Menciptakan pengetahuan baru (Sarah Devotion Garner, 2006).

Siger Innovation Hub diklaim sebagai inkubator bisnis berbasis koperasi pertama di Indonesia. Pada kenyataannya bahwa memulai bisnis dalam mengejar kesuksesan memang memiliki ribuan rintangan dalam perjalanannya. Menjadi seorang wirausaha tidaklah mudah, banyak tantangan yang harus dihadapi. Butuh komitmen, tekad, dan usaha yang 'gila' agar terkadang tidak terasa banyak modal yang dikeluarkan dengan sia-sia tanpa membuahkan kesuksesan. Hal ini tidak hanya dihadapi oleh pengusaha pemula, karena banyak bisnis kawakan yang akhirnya gulung tikar, bertahan di kelas.

Membangun bisnis bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, nyatanya

banyak orang yang ingin berbisnis memilih untuk mundur perlahan dengan berbagai alasan. Mulai dari masalah ide bisnis, modal, *networking*, bahkan banyak yang bingung bagaimana cara memulainya atau sudah mulai tapi bingung bagaimana mengembangkannya. Kampanye yang mereka coba bangun di sosial mediana, dengan memuat data yang berisikan informasi, "Jika Anda memiliki keinginan untuk membangun bisnis namun mengalami kendala tersebut, jangan khawatir karena Sigerhub punya solusinya.

Sigerhub atau Siger Innovation Hub merupakan lembaga inkubator berbasis koperasi pertama di Indonesia yang membantu inkubasi startup, koperasi, dan UMKM serta menjadi wadah pengembangan bisnis dengan konsep kolaborasi. Sigerhub bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan 1000 wirausahawan baru di setiap provinsi di pulau Sumatera. Apa yang dapat dilakukan Sigerhub untuk membantu

wirausahawan baru mengembangkan bisnisnya?

Sigerhub akan membantu menciptakan dan mencocokkan wirausahawan baru dengan tim terbaik di bidangnya, memberikan program inkubasi bisnis bagi wirausahawan baru, dan memberikan akses pasar bagi usaha binaan. Sigerhub akan menginkubasi tenant selama 6-12 bulan dengan mentor terbaik di bidangnya dan akan didampingi selama 2 tahun. Tujuannya adalah untuk mengembangkan tenant secara berkelanjutan dan menyediakan fasilitas pendanaan dan investasi baik dari koperasi maupun sumber lainnya.

Sigerhub yang mengusung slogan *"Innovate-Collaborate-Grow"* akan memfasilitasi tenant dengan *Talent Hub* berupa *Talent Hunting*, *Talent Scouting*, *Talent Building*, dan *Business Matchmaking*. Kemudian menginkubasi tenant dengan Basic Class berupa materi kelas tahap awal oleh semua mentor, mentor door to door yaitu konsultasi langsung dengan

mentor, materi kelas lanjutan sesuai kebutuhan (Advance Class), penyusunan dan pelatihan persiapan pitching kepada investor dan legal bisnis proses, bahan tambahan sesuai kebutuhan. kebutuhan yang diberikan oleh mentor tamu (Talkshow), dan tenant yang memenuhi persyaratan akan melakukan proses pitching kepada investor (Funding). Setelah menjalani inkubasi, tenant akan dibawa ke tahap Funding dan Market Access yang meliputi Pre Pitching, Demo Day, Investor Pitch, Business Exhibition, dan Export.

Sigerhub memfasilitasi para tenant dengan menghadirkan mentor dari berbagai jenis bisnis dengan pengalaman yang baik, yang akan membantu tenant dalam memperluas cakrawala bisnisnya. Mulai dari M. Kurnia Adipura selaku Branch SA Manager Gojek, Hafiz Budi Firmansyah selaku Founder Angsur.id, Arif Firmawan selaku Founder BebekBelvr, CandraGani selaku Founder of GoGo Course, dan 22 mentor terbaik lainnya.

CEO Sigerhub, Ikhwan Ferdian W. dan timnya akan menjembatani para tenant dalam hal akses jaringan. Akses jaringan inkubator Sigerhub terdiri dari Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media. Dengan 16 poin kurikulum meliputi Mental Block and Leadership, MVP dan Product Development, Product Market Fit, Market Analys and Market Strategy, Digital Marketing, Branding, Digital Branding, Financial Projection, Management Team, Operational Management, Organizational Management, Cooperatives, Sustainable Development Class , Public Speaking, Pitching, dan Legalitas dan Perizinan. Hingga saat ini, Sigerhub telah menerima dan menginkubasi 5 tenant dari 20 pendaftar di Batch 1, 25 tenant dari 50 pendaftar di Batch 2, dan 44 tenant dari 119 pendaftar di Batch 3. Prestasi yang telah diperoleh Sigerhub antara lain menjadi salah satu dari 5 Mitra Inkubator LPDB-KUMKM terpilih tahun 2020 mewakili Sumatera dengan peringkat kinerja inkubator terbaik 1

mitra LPDB-KUMKM; Salah satu dari 8 Mitra Inkubator LPDB-KUMKM terpilih tahun 2021 mewakili Sumatera dari 63 inkubator terdaftar di seluruh Indonesia; dan, 2 tenant terbaik Sigerhub tahun 2020 mendapatkan pembiayaan dari koperasi mitra LPDB-KUMKM masing-masing senilai Rp250 juta.

Sigerhub akan terus berkembang menjadi inkubator bisnis terbaik bagi para tenant. Oleh karena itu, Sigerhub optimistis dengan target inkubasi 1000 UMKM, 100 koperasi, dan 200 startup, serta akselerasi 100 UMKM, 25 koperasi, dan 25 startup. Jadi, tunggu apa lagi, segera kolaborasikan bisnis Anda dengan Sigerhub.

PENUTUP

Simpulan

Dukungan tersebut begitu penting karena ada tantangan tersendiri dan kekhawatiran para pelaku UMKM apakah akan dapat bertahan. Selain itu juga tersemat harapan agar para pelaku UMKM memaksimalkan ekosistem *platform* digital sebagai strategi yang

diunggulkan dalam rangka percepatan pemulihan (*recovery*) dan peningkatan produktifitas pasca pandemi Covid-19.

Tapi tidak mudah sektor UMKM juga sedang terjerat masalahnya sendiri akibat dampak kelesuan daya beli yang sebelumnya terjadi, kemudian menimbulkan efek domino yang mengancam akan keberlangsungan UMKM, tidak sedikit yang tumbang. Bagi pemerintah, kondisi semacam ini juga akan pendapatan dan naiknya biaya sosial (*social cost*) yang dapat bermuara pada ketidakstabilan sosial dan politik. Maka dari itu agar lebih mengerucut, pengadopsian kecakapan literasi digital dan literasi informasi dapat diajukan, diketengahkan dan diuji publik baik secara konsep dan implementasi guna menjadi perangkat keterampilan yang sangat dibutuhkan para pelaku UMKM.

Kebutuhan informasi lokal dan dinamika yang terjadi di sekitar masyarakat lokal, seperti halnya para pelaku bisnis UMKM di Lampung yang beberapa kelahiran dan perkembangannya turut dibidangi

dengan keberadaan *star-up Siger Innovation Hub* patut menjadi perhatian dan dapat direplikasi pada banyak tempat. Tidak saja sekedar kampanye gerakan meningkatkan mendukung eksistensi dan peran UMKM, tetapi juga melalui langkah-langkah nyata yang sinergis dan esensial, seperti penguatan kapasitas strategi sosial media, literasi informasi dan literasi digital.

Menyongsong masa kedepan yang semakin penuh ketidakpastian dan berada dalam alam yang serba digital secara langsung dan tidak langsung, semakin memperkokoh akan keberadaan dan dukungan kecakapan literasi informasi dan literasi digital yang dapat diinisiasi oleh berbagai perpustakaan dan berbagai lembaga informasi, agar dapat sedekat mungkin dan terlibat dengan masyarakat, untuk mendukung publik dalam berinformasi pasca pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, J., Aqeel, M., Wenhong, Z., Aman, J., & Zahra, F. (2018). The moderating role of gender inequality and age among

- emotional intelligence, homesickness and development of mood swings in university students. *International Journal of Human Rights in Healthcare*, 11(5), 356–367. <https://doi.org/10.1108/IJHRH-11-2017-0071>
- Ahmad, R. A. (2020, April 6). Pandemi Covid-19 dan Kesadaran Kolektif. <https://mediaindonesia.com/>. <https://mediaindonesia.com/read/detail/301509-pandemi-covid-19-dan-kesadaran-kolektif>
- Alwasilah, A. Chaedar. (2009). *Pokoknya Kualitatif*. Pustaka Jaya.
- Anderson, J. (2010). *ICT Transforming Education: A Regional Guide*. UNESCO Publication.
- Anggraini, O., & Supriyanto, S. (2019). Literasi Digital: Suatu Kemewahan bagi UMKM Perikanan di Era Industri 4.0? *Prosiding Seminar dan Lokakarya Kualitatif Indonesia: Pengembangan Budaya Penelitian Menuju Indonesia 4.0*, 117–126. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.117-126>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Mari Manfaatkan Potensi Besar di Depan Mata! *Buletin APJII*, 40, 1–6.
- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42(2), 139–160. <https://doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7>
- Bambang Bemby Soebyakto. (2013). Paradigma Penelitian Kualitatif. *Jurnal Kesehatan dan Pembangunan*, Vol.3(No.5), 37–42.
- Basuki, Sulistyono. (2006). *Metode Penelitian*. Wedatama Widya Sastra.
- Cameron, M. J., Bermejo-Martin, J. F., Danesh, A., Muller, M. P., & Kelvin, D. J. (2008). Human Immunopathogenesis of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). *Virus Research*, 133(1), 13–19. <https://doi.org/10.1016/j.virusres.2007.02.014>
- Channappanavar, R., & Perlman, S. (2017). Pathogenic Human Coronavirus Infections: Causes and Consequences of Cytokine Storm and Immunopathology. *Seminars in Immunopathology*, 39(5), 529–539. <https://doi.org/10.1007/s00281-017-0629-x>
- Chen, S., Yang, J., Yang, W., Wang, C., & Bärnighausen, T. (2020). COVID-19 control in China during mass

- population movements at New Year. *The Lancet*, 395(10226), 764–766.
[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30421-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30421-9)
- Davis, C. H., & Shaw, D. (2011). *Introduction to Information Science and Technology*. Medford Information Today.
- Jonathan Sarwono. (2009). Memadu Pendekatan Kuantitatif Dan Kuantitatif: Mungkinkah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 9*(No. 2), 119–132.
- J.R. Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Penerbit PT Grasindo.
- Khan, I. S., Ahmad, M. O., & Majava, J. (2021). Industry 4.0 and sustainable development: A systematic mapping of triple bottom line, Circular Economy and Sustainable Business Models perspectives. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126655. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126655>
- Korstjens, I., & Moser, A. (2017). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 2: Context, research questions and designs. *European Journal of General Practice*, 23(1), 274–279. <https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375090>
- Kress, G. (2009). *Literacy in the New Media Age*. Routledge.
- Liu, W.-Y., Chuang, Y.-C., Liu, T.-J., Chien, C.-W., & Tung, T.-H. (2021). Insights from the comparisons of SARS-CoV and COVID-19 outbreaks: The evidence-based experience of epidemic prevention in China. *Medicine*, 100(6), e24650. <https://doi.org/10.1097/MD.00000000024650>
- Lotfi, M., Hamblin, M. R., & Rezaei, N. (2020). COVID-19: Transmission, prevention, and potential therapeutic opportunities. *Clinica Chimica Acta*, 508, 254–266. <https://doi.org/10.1016/j.cca.2020.05.044>
- Min, C.-K., Cheon, S., Ha, N.-Y., Sohn, K. M., Kim, Y., Aigerim, A., Shin, H. M., Choi, J.-Y., Inn, K.-S., Kim, J.-H., Moon, J. Y., Choi, M.-S., Cho, N.-H., & Kim, Y.-S. (2016). Comparative and kinetic analysis of viral shedding and immunological responses in MERS patients representing a broad spectrum of disease severity. *Scientific Reports*, 6(1), 25359. <https://doi.org/10.1038/srep25359>

- Nassaji, H. (2015). Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. *Language Teaching Research*, 19(2), 129-132.
<https://doi.org/10.1177/1362168815572747>
- Nurfadillah, M., & Ardiansah, A. (2021). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 21.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.162.21-39>
- Sarah Devotion Garner. (2006). *High-Level Colloquium on Information Literacy and Lifelong Learning Bibliotheca Alexandrina, Alexandria, Egypt*.
- Sulistyo Basuki. (2011). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Univeritas Terbuka.
- Sutton, J., & Austin, Z. (2015). Qualitative Research: Data Collection, Analysis, and Management. *The Canadian Journal of Hospital Pharmacy*, 68(3).
<https://doi.org/10.4212/cjhp.v68i3.1456>
- Vincent Fabian Thomas. (2020, Agustus). Pertumbuhan Ekonomi RI Q2 2020 Minus 5,32%, Terburuk Sejak 1999. *Pertumbuhan Ekonomi RI Q2 2020 Minus 5,32%, Terburuk Sejak 1999*.
<https://tirto.id/fVQKSejak-1999>
- Wiwin Yuliani. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dlaam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *STKIP Siliwangi Journal*, Vol 2(No 2).
- World Health Organization (WHO). (2020). *Naming the Coronavirus Disease (COVID-19) and the Virus That Causes It*.
<https://www.who.int/>.
[https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it#:~:text=Human%20disease%20preparedness%20and%20response,virus%20on%2011%20February%202020](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it#:~:text=Human%20disease%20preparedness%20and%20response,virus%20on%2011%20February%202020).
- Wu, Y.-C., Chen, C.-S., & Chan, Y.-J. (2020). The outbreak of COVID-19: An overview. *Journal of the Chinese Medical Association*, 83(3), 217-220.
<https://doi.org/10.1097/JCMA.000000000000270>
- Wulandari, A. A. A., Ruki, U. A., & Fajarwati, A. A. S. (2019). Subject-Object Engagement Study in Exhibition Spaces: A Comparison

Between Taman Mini Indonesia Indah's Pavilion and Indonesia Kaya Gallery. *Humaniora*, 10(2), 127.

<https://doi.org/10.21512/humaniora.v10i2.5199>

Yezli, S., & Khan, A. (2020). COVID-19 social distancing in the Kingdom of Saudi Arabia: Bold measures in the face of political, economic, social and religious challenges. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 37, 101692. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101692>

Zhu, H., Wei, L., & Niu, P. (2020). The novel coronavirus outbreak in Wuhan, China. *Global Health Research and Policy*, 5(1), 6. <https://doi.org/10.1186/s41256-020-00135-6>

Zurkowski. (1974). *The National Commission on Libraries and information Science*. IvCLIs.