

ANALISIS PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI USAHA KECIL DAN MENENGAH

(Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Wilayah Antang)

Enny Radjab¹⁾ dan Asima²⁾

^{1) 2)} Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri nUjung Pandang Makassar

ABSTRACT

The use and information technology (IT) by small and medium enterprises (SMEs) is an interesting thing to know. The technology is mentioned as the driving force of development that plays an important role in the sustainable growth of a business organization. Increased investment in IT and the strategic role played by SI make IT implementation an important issue in the discipline of Management Information Systems. IT changes how to do business because it offers new opportunities and challenges. The important role of Small and Medium Enterprises (SMEs) and has been proven as a driver of economic growth needs to be developed in order to have competitiveness. SME competitiveness can be achieved if using Information Technology (IT) to improve business transformation, accuracy and efficiency in information exchange. This study aims to: determine the extent of IT adoption by SMEs, determine the reasons for SMEs to adopt or not to adopt IT, and to know the inhibitor of IT adoption factors by SMEs. This research was conducted in SMEs in Antang Urban Village, Manggala Sub-district, Makassar. The results of this study indicate that the level of computer adoption among SMEs is still low. In addition to the IT adoption rate, this research also wants to know the technical and non technical obstacles of computer usage and internet adoption in SMEs.

Keywords: *IT Adoption, Internet Adoption and SMEs.*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini, prioritas pembangunan ekonomi diarahkan kepada upaya untuk mempercepat pemulihan ekonomi disertai upaya untuk mengatasi kemiskinan dan pengangguran yang meningkat, serta upaya untuk peningkatan daya saing usaha skala kecil dan menengah. Hal tersebut tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025, yaitu kebijakan memperkuat perekonomian domestik berbasis keunggulan wilayah menuju keunggulan kompetitif.

Pada tahun 2007, The Hongkong and Shanghai Banking Corporation (HSBC) melaporkan bahwa UKM di Indonesia sangat optimis untuk terus dikembangkan karena sekitar 64% pengusaha UKM mempunyai niat untuk menambah investasi pengembangan bisnis dan sekitar 44% pengusaha UKM di Indonesia mempunyai rencana untuk menambah tenaga kerja (Rahmana, 2009). Kontribusi UKM terhadap penyediaan lapangan kerja terbukti cukup tinggi. Tahun 2009, tercatat ada lebih dari 587 ribu unit UKM di Indonesia yang telah memberi lapangan pekerjaan bagi lebih dari 6 juta masyarakat lokal yang ada di sekitar lokasi usaha (Depkop, 2010).

Kendati demikian, kondisi UKM tetap rawan karena keberpihakan bank yang rendah, pasar bebas yang mulai sudah dibuka dan terbatasnya kebijakan yang mendukung sektor usaha kecil menempatkan UKM pada posisi yang kurang menguntungkan. Di Indonesia, infrastruktur yang kurang memadai (Sheth & Sharma, 2005; Wood, 2004), masih rendahnya pendapatan rata-rata masyarakat (Hawk, 2004), dan kendala budaya (Hawk, 2004; Paul, 2002) menjadi faktor yang menyebabkan lambatnya adopsi teknologi di UKM. Stoeken dan Couman (1998) dalam Wahid (2007) menyatakan bahwa kurangnya pemahaman terhadap peran strategis yang dapat dimainkan oleh teknologi informasi (TI) terkait dengan pendekatan baru pemasaran, hubungan dengan konsumen, dan pengembangan produk dan layanan diduga sebagai sebab rendahnya adopsi TI oleh UKM. Terdapat fakta menarik yang terjadi di Indonesia, yaitu adanya pertumbuhan pengguna internet yang cukup tinggi. Hal ini diharapkan dapat menjadi indikasi adanya kemauan pelaku bisnis dan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan *electronic commerce (e-commerce)* dan *electronic business (e-business)*, terutama di UKM.

Peran UKM yang signifikan dan terbukti sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi rakyat tentunya perlu ditingkatkan agar dapat berkembang secara lebih luas dan mempunyai daya saing. Daya saing UKM dapat diwujudkan salah satunya dengan penggunaan TI untuk meningkatkan transformasi bisnis, ketepatan

¹ Korespondensi: ennyradjab@yahoo.co.id

dan efisiensi pertukaran informasi (Rahmana, 2009), memperluas jaringan pemasaran dan memperluas *market share*. Peningkatan daya saing UKM ini sangat diperlukan agar UKM mampu bertahan dan bersaing dalam kancah perdagangan global.

Namun, sampai sekarang dapat dilihat bahwa adopsi TI oleh UKM di Indonesia masih sangat rendah. Lembaga riset AMI Partners mengungkapkan fakta bahwa hanya 20% UKM di Indonesia yang memiliki komputer (Wahid, 2007) untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Selain hal itu, adopsi TI di UKM juga terkendala oleh karakteristik organisasi, dalam hal ini UKM itu sendiri (Kartiwi & MacGregor, 2007).

Masalah Penelitian

Berdasarkan kenyataan yang telah diuraikan di atas, maka pada penelitian ini dimaksudkan untuk:

- a. mengetahui adopsi TI oleh UKM, dan
- b. mengetahui alasan mengapa UKM mengadopsi TI atau tidak mengadopsi TI
- c. mengetahui faktor penghambat adopsi TI yang dihadapi oleh UKM.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disesuaikan dengan permasalahan yang telah diuraikan:

- a. Untuk mengetahui adopsi TI oleh UKM
- b. Untuk mengetahui alasan mengapa UKM mengadopsi TI atau tidak mengadopsi TI
- c. Untuk mengetahui faktor penghambat adopsi TI yang dihadapi oleh UKM.

Urgensi Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penting tidaknya adopsi TI di UKM, selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UKM dalam mengembangkan bisnisnya. Pada kondisi yang riil, adopsi teknologi informasi di kalangan UKM masih sangat rendah. Selain itu, UKM juga memperluas pengetahuannya tentang bagaimana teknologi informasi dapat dioptimalkan untuk hal-hal yang mempunyai nilai strategis dan nilai ekonomi yang lebih tinggi bagi usaha.

Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya, terkait dengan penelitian ini telah dilakukan oleh A Ridwan Siregar (2008), menemukan bahwa tingkat penggunaan TI oleh UMK di Negara-negara maju terus mengalami peningkatan walaupun jumlah aplikasi SI yang dikembangkan masih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar. Sedangkan di Negara-negara berkembang penggunaan SI/TI oleh UKM masih tergolong rendah. Ada sejumlah factor yang menjadi penyebabnya, diantaranya yang menonjol adalah kurangnya pemahaman tentang manfaat yang diperoleh dari penggunaan SI/TI termasuk persepsi para manajer perusahaan tentang SI/TI. Penggunaan SI/TI belum dipandang sebagai suatu peluang untuk membuat perusahaan menjadi kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Kegiatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2002:3), metode penelitian kualitatif sebagai suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif memandang obyek yang diteliti secara holistik. Jadi dalam hal ini tidak mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Sedangkan jenis penelitian deskriptif, menurut Nawawi (2001:44) dapat diartikan sebagai penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang ada. Jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi.

Subyek dan Obyek

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Makassar, tepatnya di Kelurahan Antang Kecamatan Manggala, karena kelurahan ini merupakan wilayah pengrajin meubel dan dekat dari kampus PNUP. Pemilihan wilayah ini juga mempertimbangkan asumsi bahwa semakin dekat lokasi UKM yang akan diteliti dengan kampus, maka interaksi UKM dengan TI juga dimungkinkan sangat tinggi. Namun, berdasarkan hasil

pengamatan, pada UKM pengrajin meubel, terdapat permasalahan-permasalahan baik pada level individu maupun organisasi sesuai dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini.

Data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan telah ditabulasi. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS 20, dengan hasil sementara yang dapat dilihat dalam lampiran 2. Data tersebut masih akan diolah lebih lanjut guna penyelesaian penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Kondisi Umum UKM di Wilayah Antang

UKM yang menjadi objek pada penelitian ini adalah UKM yang bergerak di bidang pengrajin meubel. Penelitian ini dilakukan pada 37 UKM yang ada di wilayah Antang Makassar. Jenis usaha meubel yang dijalankan oleh UKM yang menjadi obyek penelitian ini dikelompokkan dalam 3 kategori, yaitu: usaha yang dijalankan antara 0 sampai dengan 5 tahun, usaha yang dijalankan antara 5 sampai dengan 10 tahun, dan usaha yang dijalankan lebih dari 10 tahun. Untuk memberikan gambaran yang jelas, pengelompokkan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Kategori Jangka Waktu Umur UKM

No.	Umur UKM	Jumlah UKM
1.	0 – 5 tahun	9 UKM
2.	5 – 10 tahun	11 UKM
3.	> 10 tahun	17 UKM

Sumber: Data Primer yang diolah

Menurut data yang disajikan pada Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa usaha yang dijalankan paling banyak berada pada kategori umur lebih dari 10 tahun dengan jumlah UKM sebanyak 17. Untuk kategori umur usaha yang dijalankan antara 5-10 tahun terdapat 11 UKM, sedangkan usaha yang berjalan 0 - 5 tahun hanya terdapat 9 UKM.

Adopsi Teknologi Komputer di UKM

Berdasarkan data yang diperoleh, didapatkan data bahwa dari 37 UKM, sebanyak 12 UKM memiliki komputer dan 25 UKM tidak memiliki komputer. Untuk UKM yang memiliki komputer, terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi mengapa usaha yang dijalankan tersebut membutuhkan perangkat komputer. Tabel 2 berikut ini mengemukakan beberapa alasan tersebut.

Tabel 2. Menggunakan atau Tidak Menggunakan Komputer di UKM

No.	Alasan	Jumlah UKM	
		Menggunakan	Tidak Menggunakan
1.	Membuat laporan keuangan	12	-
2.	Membuat laporan kerja	6	-
3.	Mengakses internet	8	-
4.	Keperluan lain	12	-
5.	Tidak membutuhkan	-	25
6.	Harga mahal/keterbatasan dana	-	18
7.	Minim sumber daya manusia	-	10

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa sebanyak 12 UKM menggunakan komputer sebagai alat untuk membantu membuat laporan keuangan usahanya, sebanyak 6 UKM menggunakan teknologi komputer sebagai sarana untuk membantu dalam membuat laporan kerja usahanya. Kemudian 8 UKM menjadikan komputer sebagai sarana untuk mengakses internet, sedangkan 12 UKM menggunakan komputer untuk keperluan lain, misalnya: mencetak brosur.

Tabel 2 di atas menunjukkan pula bahwa pemakaian komputer dari UKM lebih banyak digunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan internal pekerjaan dan mengoptimalkan pekerjaan yang berkaitan dengan jenis usaha. Hal ini dapat dilihat dari prosentase yang sangat besar dari alasan-alasan mengapa mereka menggunakan perangkat komputer, seperti untuk membantu membuat laporan keuangan, membuat

laporan kerja, dan untuk keperluan pekerjaan mencetak. Bahkan separuh dari UKM yang menggunakan komputer (12 UKM) memberikan alasan bahwa kegunaan komputer dalam usahanya adalah benar-benar untuk mendukung jenis usaha mereka.

Berdasarkan data pada Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa UKM di bidang pengrajin meubel di wilayah Antang menggunakan komputer sebagai alat untuk melakukan akses ke luar melalui internet masih sangat minim. Tabel 2 di atas juga mengungkapkan alasan-alasan mengapa beberapa UKM tidak menggunakan teknologi komputer untuk mendukung usahanya. Dari 25 UKM yang tidak memakai komputer sebagai alat untuk membantu usaha, semuanya mengemukakan alasan bahwa usahanya tidak membutuhkan perangkat komputer, 18 UKM memberi alasan biaya pembelian perangkat komputer adalah mahal atau karena keterbatasan dana usaha sehingga tidak dapat menggunakan komputer untuk mendukung usahanya. Sebanyak 10 UKM menyampaikan alasan kurangnya sumber daya manusia yang dapat menjalankan komputer, sehingga hal inilah yang menjadikan pemilik UKM tidak membeli komputer untuk membantu kinerja perusahaan yang dikelolanya. Dari 25 UKM yang tidak memakai komputer, didapatkan sejumlah 17 UKM yang mempunyai keinginan memiliki komputer untuk mendukung kinerja bisnis yang dijalankan. Adapun 8 UKM menyatakan tidak berkeinginan untuk membeli komputer karena alasan tidak membutuhkan perangkat tersebut. Sejumlah 17 UKM yang ingin memiliki komputer terdiri dari 10 UKM berencana akan membeli komputer dalam waktu satu tahun ke depan, 4 UKM berencana akan membeli komputer dalam waktu enam bulan ke depan, dan 3 UKM merencanakan akan membeli perangkat computer dalam kurun waktu dua tahun ke depan.

Adopsi Internet di UKM

Dari kuesioner yang direspon oleh 37 UKM di wilayah Antang dan sekitarnya, terdapat 8 UKM yang memakai internet untuk membantu bisnis yang dijalankan dan 29 UKM yang tidak memakai atau tidak terhubung dengan internet. Berdasarkan data penelitian, sejumlah alasan dikemukakan oleh UKM yang memakai internet dan yang tidak memakai internet. Alasan-alasan yang dikemukakan oleh UKM yang dijadikan objek penelitian dapat dilihat dari Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Menggunakan atau Tidak Menggunakan Internet di UKM

No.	Alasan	Jumlah UKM	
		Menggunakan	Tidak Menggunakan
1.	Menjaga hubungan dengan pelanggan	8	-
2.	Menginformasikan usaha/bisnis	6	-
3.	Mencari informasi	8	-
4.	Alasan lain	8	-
5.	Tidak membutuhkan internet	-	29
6.	Minimnya sumber daya manusia	-	18
7.	Biaya internet mahal/keterbatasan dana	-	10

Sumber: Data Primer yang diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, sebanyak 8 UKM menyatakan bahwa mereka memakai internet dalam usaha/bisnis karena internet dapat digunakan sebagai alat menjaga hubungan dengan pelanggan. Kemudian 6 UKM mengemukakan alasan bahwa internet digunakan agar mereka dapat dengan mudah menginformasikan usaha/bisnis yang mereka jalankan kepada orang lain, sedangkan 8 UKM memberikan alasan agar mereka dapat dengan mudah mencari informasi. Pencarian informasi di internet ini dapat dimungkinkan untuk mencari calon pelanggan baru, untuk *up date* informasi terkait dengan usaha/bisnis yang dijalankan, mencari pemasok baru, dan yang lainnya. Adapun 8 UKM menyatakan bahwa mereka memakai internet karena alasan lain yang sifatnya pribadi.

Menurut Tabel 2 di atas, jumlah UKM yang tidak memakai internet justru lebih banyak, yaitu 29 UKM. Sebanyak 25 UKM tidak memakai internet dengan alasan bahwa usaha/bisnis mereka saat ini tidak membutuhkan internet, 18 UKM mengemukakan bahwa mereka tidak memakai internet karena minim sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan internet untuk kebutuhan usaha/bisnis mereka, dan 10 UKM yang menyatakan biaya yang mahal atau terbatasnya dana.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dari 29 UKM yang tidak melakukan adopsi internet untuk mendukung usaha/bisnis yang mereka jalankan, terdapat 24 UKM yang menyatakan keinginan untuk melakukan adopsi internet dimasa yang adakan datang dengan cara berlangganan internet. Dari 24 UKM

tersebut terdapat 16 UKM yang menyatakan bahwa mereka akan berlangganan internet dalam kurun waktu enam bulan ke depan, 6 UKM mengemukakan keinginan bahwa mereka akan berlangganan internet dalam kurun waktu 1 tahun ke depan, sedangkan 2 UKM akan berlangganan internet dalam waktu 2 tahun ke depan. Selain 14 UKM yang menyatakan keinginan untuk melakukan adopsi internet, terdapat 5 UKM yang menyatakan tidak ingin melakukan adopsi. Hal ini dikarenakan menurut mereka, usaha/bisnis yang saat ini dijalankan masih belum membutuhkan internet.

Pengetahuan Tentang TI

Selanjutnya, pada penelitian ini, pengetahuan tentang TI yang dimiliki oleh UKM dapat ditampilkan pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Distribusi Responden Tentang Pengetahuan TI

No.	Jawaban	Jumlah
1.	Ya	27
2.	Belum	7

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Sesuai dengan data di atas, terdapat 27 pemilik UKM yang sudah memiliki pengetahuan tentang TI. Kemudian, hanya 7 pemilik UKM yang belum memiliki pengetahuan tentang TIK. Terdapat 3 UKM yang tidak didapatkan jawabannya terkait dengan pertanyaan tentang pengetahuan TI ini. Pengetahuan tentang TI ini meliputi: pengetahuan tentang perkembangan teknologi komputer, perkembangan teknologi internet, dan sejenisnya.

Berdasarkan data ini, maka dapat disampaikan bahwa para pemilik UKM yang bergerak di usaha pengrajin meubel didominasi oleh orang yang mengikuti perkembangan teknologi. Meskipun demikian, hal yang menarik adalah jumlah pemilik yang belum membutuhkan internet untuk mendukung kinerja pekerjaan dan usahanya masih dominan (lihat Tabel 3).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian, kesimpulan penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Tingkat adopsi komputer di kalangan UKM di wilayah Antang terbukti masih rendah. Hal ini dibuktikan dari 37 UKM yang diteliti, terdapat 12 UKM yang sudah menggunakan komputer, sedangkan 25 UKM menyatakan belum menggunakan komputer. Kemudian, dari jumlah UKM yang belum menggunakan komputer terdapat 17 UKM yang ingin memiliki komputer untuk menunjang kinerja bisnis yang dijalankan saat ini.
2. Tingkat adopsi internet di kalangan UKM di wilayah Antang terbukti masih sangat rendah. Hal tersebut dibuktikan dengan data bahwa dari 37 UKM yang diteliti, terdapat 29 UKM yang belum melakukan adopsi internet dengan berbagai alasan, sedangkan hanya 8 UKM yang sudah melakukan adopsi internet. Meskipun tingkat adopsi internet di kalangan UKM masih rendah, namun UKM tersebut telah menyadari peran dan manfaat teknologi informasi untuk mendukung usaha atau bisnis mereka. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah UKM yang tertarik untuk melakukan adopsi internet. Dari 29 UKM yang belum melakukan adopsi, terdapat 16 UKM yang berencana untuk melakukan adopsi internet di masa yang akan datang.
3. Pemanfaatan teknologi komputer oleh UKM di wilayah Antang masih belum dioptimalkan untuk hal-hal yang memberikan nilai yang lebih strategis bagi perkembangan usaha. Sejumlah UKM yang mengadopsi teknologi komputer memanfaatkan komputer masih sebatas sebagai alat untuk membantu pembuatan laporan keuangan.
4. Pemanfaatan teknologi internet oleh UKM yang memakai internet di wilayah Antang sudah bervariasi, walaupun jumlah UKM pemakai internet masih sangat sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya, pelaku bisnis sudah mempunyai pandangan yang lebih strategis dalam upaya memanfaatkan teknologi internet, seperti menjaga hubungan dengan pelanggan, menginformasikan usaha/bisnis kepada pihak lain, mencari informasi.
5. Kendala utama pemanfaatan teknologi komputer dan internet justru berasal dari internal UKM, yaitu UKM masih belum merasa butuh terhadap teknologi komputer dan internet. Sebanyak 25 UKM menyatakan tidak butuh teknologi komputer dan sebanyak 29 UKM tidak membutuhkan internet, walaupun kedua hal tersebut mempunyai potensi yang sangat besar untuk memberikan nilai ekonomis bagi UKM. Kendala kedua adalah mahalannya harga perangkat teknologi informasi seperti komputer dan

langganan internet. Hal ini berkaitan dengan keterbatasan dana yang dimiliki oleh UKM. Adapun yang menjadi kendala ketiga adalah minimnya sumber daya manusia pada UKM yang dapat mengoperasikan komputer dan internet.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Hawk, S. *A Comparison of B2C e-commerce in Developing Countries*. Electronic Commerce Research, 4, 181-199, 2004.
- Kartiwi, M., MacGregor, R.C., *Electronic Commerce Adoption Barriers in Small to Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Developed and Developing Countries: A Cross-Country Comparison*. Journal of Electronic Commerce in Organization, Vo 5, Issue 3. 2007.
- Paul, J. *Narrowing the Digital Divide: Initiatives Undertaken by the Association of South-East Asia Nation (ASEAN)*. Program: Electronic Library and Information Systems, 36(1), 13-22, 2002.
- Rahmana, A. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), ISSN: 1907-5022, Yogyakarta, 2009.
- Roger, E.M. *Diffusion of Innovation (4 Edition)*. New York: The Free Press. 1995th
- Seth, J.N., Sharma, A. *International e-marketing: Opportunities and Issues*. International Marketing Review, 22(6), 611-622. 2005.
- Wahid, F., Iswari, L. *Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), ISSN : 1907-5022, Yogyakarta, 2007.
- Wood, C.M. *Marketing and e-Commerce as tools of Development in the Asia-Pasific: A Dual Path*. International Marketing Review, 21(3), 301-320, 2004