

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) saat ini sangat cepat diterima oleh masyarakat. Teknologi ini melingkupi semua bidang, yaitu bidang pendidikan, perekonomian, pertanian, peternakan, pertambangan dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari tidak lepas dengan gaya hidup yang berhubungan dengan teknologi dan menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian masyarakat, terutama pelajar, mahasiswa, karyawan, wiraswasta, hingga ibu rumah tangga pun menggunakannya. Manfaat yang dirasakan akan hadirnya teknologi ini sangat membantu dalam kegiatan yang mereka lakukan. Seperti mencari informasi, bertukar pikiran, bahkan untuk belanja.

Manfaat dari perkembangan teknologi yang dapat dirasakan saat ini seperti pemenuhan kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, papan dapat diperoleh dengan mudah tanpa harus ketempat yang dituju. Misalnya sedang membutuhkan produk dan informasi harganya langsung saja mencari pada toko *online* dengan *smartphone* yang tersambung dengan internet.

Pemanfaatan teknologi di bidang bisnis saat ini tidak hanya pada usaha-usaha besar ataupun perusahaan-perusahaan yang berkembang pesat namun pada UMKM sekarang memanfaatkannya untuk menaikkan jumlah pelanggan, mencapai target omset, mencari informasi pada pesaing dan sebagainya.

Adeosun, et al (2009) berpendapat bahwa penggunaan TI memberikan nilai positif bagi strategi manajemen yang terkait dengan aspek komunikasi, akses informasi, pengambilan keputusan, manajemen data dan *knowledge management* pada sebuah organisasi.

Berbagai lahan usaha saat ini telah dimasuki oleh UMKM. Bukan hanya di sisi retail, namun juga di sektor-sektor bisnis besar. Sayangnya, dari jumlah tersebut, lebih dari 90 persen masih bermain di ranah *offline*. Tentu, itu bukan jumlah yang sedikit, jika kita lihat dari kaca mata dunia digital. Sejatinya, sebaik-baiknya bisnis, para pemain UMKM itu juga dapat memanfaatkan dunia digital dalam sektor bisnis yang sama.

Menurut data Facebook pada 2014, hanya sekitar 6,6 persen dari jumlah UMKM di Indonesia yang baru memanfaatkan dunia digital, terutama beriklan dengan menggunakan laman Facebook (Kompas.com :2015).

Keterangan diatas menjelaskan bahwa UMKM berperan penting dalam perekonomian suatu negara dan menyerap cukup banyak serta mengurangi pengangguran, dengan ini maka UMKM berkontribusi pada investor nasional dan berikut ini bentuk kontribusi yang telah dilakukan oleh UMKM.

Berdasarkan informasi dari kementerian Bagian Data – Biro Perencanaan kementerian Negara Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, UMKM memberi berbagai jenis kontribusi, antara lain sebagai berikut: Kontribusi UMKM terhadap Penciptaan Investasi Nasional;

1. Pembentukan Investasi Nasional menurut harga berlaku:

- a. Tahun 2007, kontribusi UMKM tercatat sebesar Rp 461,10 triliun atau 52,99% dari total investasi nasional sebesar Rp 870,17 triliun.
 - b. Tahun 2008, kontribusi UMKM mengalami peningkatan sebesar Rp 179,27 triliun atau sebesar 38,88% menjadi Rp 640,38 triliun.
2. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional.
- PDB Nasional menurut harga berlaku:
- a. Tahun 2007, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp 2.105,14 triliun atau sebesar 56,23%.
 - b. Tahun 2008, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional menurut harga berlaku tercatat sebesar Rp 2.609,36 triliun atau sebesar 55,56%.
3. Kontribusi UMKM dalam Penyerapan Tenaga Kerja Nasional; pada tahun 2008, UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 90.896.207 orang atau 97,04% dari total penyerapan tenaga kerja, jumlah ini meningkat sebesar 2,43%.
4. Kontribusi UMKM terhadap Penciptaan Devisa Nasional; pada tahun 2008 kontribusi UMKM terhadap penciptaan devisa nasional melalui ekspor non migas mengalami peningkatan sebesar Rp 40,75 triliun atau 28,49%.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan kembali menjadi penyelamat perekonomian Indonesia seperti ketika RI mengalami krisis moneter pada 1998 silam.

Menurut Direktur Eksekutif INDEF bahwa pemerintah perlu memberdayakan pelaku usaha UMKM di tengah perlambatan ekonomi dan turunnya nilai tukar mata uang rupiah beberapa waktu belakangan ini. Nilai tukar rupiah yang rendah dapat menjadi peluang untuk meningkatkan daya saing dalam negeri. Potensi daya saing yang paling besar ada di sektor UMKM, seperti pada tahun 1998 terjadinya krisis moneter UMKM sebagai penyelamat negara diharapkan akan terulang kembali, lantaran 98% pelaku ekonomi Republik Indonesia ada di sektor ini (Kompas.com :2015).

Terutama di Yogyakarta yang merupakan kota pariwisata dan kota pelajar tentunya UMKM pusat oleh-oleh maupun batik khas Yogyakarta berdiri dengan bantuan pemerintah maupun berdiri sendiri. Wisatawan bisa dengan mudah memperoleh buah tangan dai hasil UMKM yang dipasarkan.

Sekarang banyak berdiri UMKM yang memanfaatkan adanya TIK untuk mengembangkan usahanya dan memasarkan produknya untuk bisa lebih maju. Tapi tidak semua UMKM sudah memanfaatkan TIK dengan baik, banyak juga yang belum tahu bagaimana cara memanfaatkannya dan dampak posisiif dari adanya TIK tersebut.

Menurut Prabandari & Azzuhri (2011) solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologi yang dimiliki. Di

dunia internet istilah “bisnis online” sudah tidak asing. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa hanya 22 UKM yang telah menggunakan e-commerce dan sisanya 19 UKM belum memanfaatkan e-commerce. Kendala UKM untuk menggunakan e-commerce antara lain yaitu, kurang memahami teknis teknologi informasi, biaya akses internet masih mahal, hanya sebagian orang yang bisa mengakses, komplain dari pembeli karena barang tidak sesuai aslinya dan beberapa kendala lain. Penggunaan media sosial dan black-berry sudah menjadi hal yang biasa dalam berbisnis.

Dalam Utami & Triyono (2012) pemanfaatan blackberry untuk bisnis salah satunya adalah untuk mendorong bisnis batik. Ditunjang batik semakin populer ketika United Nations Educational, Scientific, and Culture Organization (UNESCO) memberikan pengakuan dan mengesahkan secara resmi Batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia (World Heritage) pada tanggal 2 Oktober 2009. Blackberry merupakan salah satu sarana akses informasi bisnis dan didukung dengan browser yang cukup mumpuni, sehingga para pelaku bisnis dapat dengan mudah mengakses informasi terbaru.

Pada (Tribunjogja.com:2016) Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di DIY dipandang masih memerlukan jejaring pemasaran produk yang lebih luas. Hal ini menjadi alasan bagi Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan UMKM (PLUT KUMKM) di bawah Dinas Koperasi dan UMKM DIY untuk menggandeng situs UMKMmarket.co.id.

Kepala Seksi PLUT KUMKM Dinkop UMKM DIY, Sudarso mengatakan, kerjasama ini dilakukan dalam rangka memperluas jaringan pasar pelaku UMKM di Yogyakarta. *Marketplace* dinilai bisa membantu UMKM dalam membangun jaringan pemasaran dan penjualan produk yang lebih baik. Terdapat 137.000 UMKM di DIY masih banyak pelaku usaha kecil yang belum mengetahui manfaat teknologi (gagap teknologi). Bahkan, media komunikasi yang digunakan juga masih terbatas konvensional. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi mereka.

Penjelasan di atas menggambarkan keadaan perkembangan UMKM yang berada di Yogyakarta dengan ini maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah dari setiap UMKM memiliki fasilitas TIK (komputer, printer, fax, e-mail, HP, internet, dan akun jejaring sosial) yang mendukung dalam usaha yang dijalankannya?
2. Apakah manfaat yang diperoleh oleh UMKM dari adanya fasilitas TIK tersebut?
3. Bagaimana penggunaan khususnya internet dalam mendukung perkembangan UMKM?

4. Sejauh mana tingkat adopsi TIK oleh UMKM yang dijalankan?
5. Apakah dari setiap UMKM pernah mengikuti pelatihan penggunaan atau pemanfaatan TIK?
6. Apakah ada rencana penggunaan fasilitas TIK di masa mendatang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai uraian di atas adalah:

1. Menganalisis kepemilikan fasilitas TIK di setiap UMKM yang mendukung kegiatan usahanya.
2. Menganalisis pemanfaatan fasilitas TIK pada UMKM.
3. Menganalisis penggunaan TIK khususnya internet dalam mendukung perkembangan UMKM.
4. Menganalisis sejauh mana tingkat adopsi TIK oleh UMKM.
5. Menganalisis dari setiap UMKM dalam mengikuti pelatihan penggunaan atau pemanfaatan TIK.
6. Menganalisis rencana penggunaan TIK di masa depan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai penjelasan dan dukungan dari penelitian yang dilaksanakan mengenai tingkat penggunaan TIK pada UMKM di Yogyakarta.
 - b. Diharapkan dapat berguna untuk menjadi rujukan aktual bagi para peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian tingkat penggunaan atau adopsi TIK pada UMKM.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengusaha UMKM dan bagi siapa saja yang akan mendirikan usaha dapat menjadi modal dalam penerapan TIK dalam usaha yang akan dirintisnya maupun yang sudah berjalan.