

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta

Menurut (Edy & Y.Susilo:2011). Berdasarkan hasil survei mayoritas UMKM di Provinsi DIY ber- diri sebelum tahun 1990 yaitu sebanyak 36 persen, sedangkan UMKM yang berdiri sejak tahun 2001 sampai dengan tahun 2000 seba- nyak 33 persen sedangkan sisanya berdiri ta- hun 2001-2010 sebanyak 31 persen. Melihat kondisi objektif tersebut maka UMKM di Provinsi DIY berkembang sejak sebelum tahun 1990 (Gambar 2). Pada periode satu dasawarsa terakhir, perkembangan UMKM juga meng- gembirakan. Hal ini terbukti pada periode tersebut cukup banyak UMKM yang memulai usahanya.

Bidang Usaha Utama Perusahaan Dekripsi UMKM menurut lapangan usahanya, sesuai dengan klasifikasi yang dikeluarkan oleh Disperindagkop dan UKM Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2009 dapat dibagi dalam kelompok industri pertanian, industri nonpertanian, kerajinan, dan aneka usaha. Dari berbagai kelompok tersebut, maka UMKM di Yogyakarta terbanyak beroperasi pada bidang usaha industri pada komoditas yang berkaitan dengan produk pertanian.

Hal ini tentu sangat dipengaruhi oleh berbagai hal, yaitu ketersediaan bahan baku, ketersediaan SDM yang sesuai serta skala usaha yang cocok bagi pasar lokal dan regional. Predikat Yogyakarta sebagai

kota pendidikan dan tujuan pariwisata memiliki peran besar bagi berkembangnya UMKM yang bergerak pada bidang kerajinan.

Selanjutnya komposisi menurut bidang usaha, industri pertanian/makanan mencakup industri tempe, tahu, bakpia, geplak, kerupuk, nata de coco, serta aneka roti dan kue. Untuk industri non-pertanian/non-makanan mencakup industri genteng, gamelan, mebel kayu, mebel bambu, dan industri konveksi. Kemudian yang tergolong kerajinan di antaranya kerajinan kulit, batik, perak, gerabah dan keramik. Cakupan aneka usaha meliputi industri cinderamata (ornamen batu, topeng kayu, serabut kelapa, bambu, hiasan dinding, lukisan batik, dan lukisan kulit). Nilai Total Penjualan Produk Tahun 2007-2009. Nilai Total penjualan produk rata-rata dari tahun ke tahun mengalami kenaikan meskipun relatif kecil. Pada tahun 2006 nilai penjualan sebesar Rp172,6 milyar dan meningkat menjadi Rp173,1 milyar pada tahun 2008. Selanjutnya pada tahun 2009, nilai penjualan produk UMKM yang menjadi responden mencapai Rp174,6 milyar (Gambar 4). Penghasilan Lain di Luar Usaha. Sebagian pelaku UMKM di Provinsi DIY juga mempunyai penghasilan di luar usaha yang utama. Sebanyak 30 persen responden mengaku mempunyai penghasilan di luar dari usahanya yang pokok. Sisanya sebanyak 70 persen responden tidak mempunyai penghasilan selain dari usahanya yang pokok. Dengan demikian sebagian besar pelaku UMKM mengandalkan penghasilan atau pendapatan dari usahanya yang pokok.

Pada (Harianjogja.com:2016), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) senantiasa mengalami pertumbuhan hingga 10% per tahun. Hingga akhir desember 2015 kemarin, Dinas Koperasi dan UKM DIY mencatat total jumlah UMKM sebanyak 137.267.

Menurut Kepala Bidang (Kabid) UKM, Sultoni Nurifai, mengatakan bahwa posisi pasar terbesar dipegang UMKM perdagangan pangan yang memakan porsi 30% dari total UMKM DIY. Selanjutnya diikuti perdagangan non-pangan dan sektor lainnya seperti pertanian dan perkebunan.

Dalam rangka mendukung perkembangan UMKM, dinas terus memberikan pendampingan kepada para pelaku usaha. Namun pendampingan lebih diprioritaskan pada kegiatan perdagangan pangan karena mengandung kegiatan produksi.

1. Karakteristik Responden

a. Jumlah Responden

Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner kepada responden dimana responden yang dituju adalah pemilik UMKM yang berada di kota Yogyakarta yang tersebar di 14 kecamatan, tapi salah satu kecamatan tidak termasuk dalam penelitian karena dalam perhitungan untuk pengambilan sampel tidak sesuai dengan kapasitas jumlahnya. Kecamatan yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu Kecamatan Danurejan, Gedung Tengen, Gondokusuman, Gondomanan, Jetis, Kotagede, Kraton,

Mantrijeron, Mergangsan, Ngampilan, Tegal Rejo, Umbul Harjo, dan Wirobrajan. Berikut merupakan jumlah responden dari hasil penelitian.

TABEL 4.1
Jumlah Responden Pada Hasil Penelitian

No.	Kecamatan	Jumlah Sampel per Kategori	Persentase
1	Danurejan	7	14%
2	Gedung Tengen	4	8%
3	Gondokusuman	3	6%
4	Gondomanan	2	4%
5	Jetis	5	10%
6	Kotagede	7	14%
7	Kraton	2	4%
8	Mantrijeron	2	4%
9	Mergangsan	3	6%
10	Ngampilan	3	6%
11	Tegalrejo	4	8%
12	Umbulharjo	6	12%
13	Wirobrajan	2	4%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2016

b. Jenis Usaha

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa jenis usaha dari responden. Dari 50 UMKM jenis usaha yang paling yaitu pangan, dan yang paling rendah terdapat jenis usaha seluler dan percetakan yaitu ada 1 responden. Berikut merupakan jenis usaha dan jumlah responden.

TABEL 4.2
Jenis Usaha Pada UMKM

No.	Jenis Usaha	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1.	Pangan	19	38
2.	Sandang	11	22
3.	Kerajinan	16	32
4.	Seluler	1	2
5.	Percetakan	1	2
6.	Fotocopy	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

c. Umur UMKM

Lamanya usaha bisnis pada setiap UMKM berbeda-beda. Pada penelitian kali ini UMKM dengan umur usaha yang paling banyak antara 5 hingga 10 tahun dengan jumlah responden 31 dan responden dengan umur usaha paling sedikit antara 16 hingga lebih dari 20 tahun yaitu ada 2 responden.

TABEL 4.3
Umur UMKM

No.	Umur	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1.	<5	12	24
2.	5-10	31	62
3.	11-15	3	6
4.	16-20	2	4
5.	>20	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

d. Jumlah Karyawan Pada UMKM

Jumlah karyawan pada UMKM cukup beragam, terdapat 25 responden yang jumlah karyawannya antara 3-6 dengan persentase tertinggi yaitu 50%, setengah dari jumlah responden. Sedangkan terdapat 1 responden dengan persentasenya yang terkecil yaitu 2% dengan jumlah karyawan antara 11-13 orang.

TABEL 4.4
Jumlah Karyawan pada UMKM

No.	Jumlah Karyawan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1.	<3	19	38
2.	3-6	25	50
3.	7-10	3	6
4.	11-13	1	2
5.	>13	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

B. Hasil Penelitian

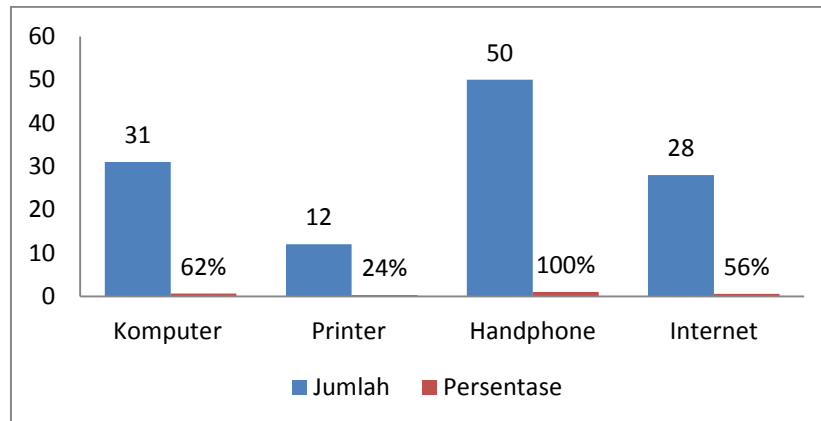
1. Tingkat Ketersediaan Fasilitas atau Infrastruktur TIK (Teknologi Informasi Dan Komunikasi)

- a. Jenis komponen TIK yang digunakan untuk mendukung usaha yang dijalankan. Dari setiap komponen, responden boleh memilih lebih dari satu artinya setiap responden bisa menggunakan lebih dari satu komponen TIK bahkan semuanya. Responden juga bisa menambahkan jawaban lain apabila tidak ada di kuesioner, tapi jawaban dari responden tidak ada yang menambahkan komponen lain.

TABEL 4.5
Penggunaan Komponen TIK

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Komputer	31	62
2.	Printer	12	24
3.	<i>Handphone</i>	50	100
4.	Internet	28	56

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.1
Penggunaan Komponen TIK

Dari 50 responden terdapat UMKM yang menggunakan komputer ada 31 UMKM atau 62% dari seluruh responden. Komponen TIK yang lain seperti Printer hanya sedikit yang menggunakannya yaitu hanya 15 responden atau 30% dari semua responden. Pada penggunaan *Handphone* semua UMKM memanfaatkannya. Penggunaan internet pada UMKM yaitu ada 28 responden atau 56%.

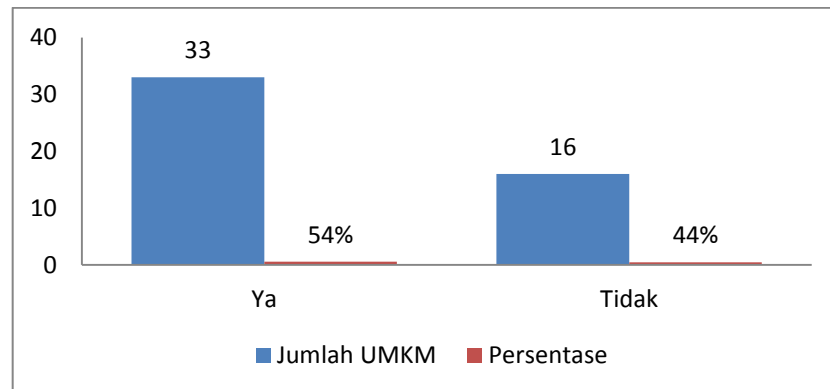
b. Penggunaan E-mail dalam Bisnis

Dari 50 responden Jumlah UMKM yang sudah memiliki e-mail adalah seperti pada tabel di bawah ini:

TABEL 4.6
Penggunaan E-mail pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1	Ya	33	56
2	Tidak	16	44
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.2
Penggunaan E-mail pada Responden

Jumlah UMKM yang memiliki e-mail yaitu ada 33 responden dan responden yang tidak menggunakan e-mail ada 16 dari 50 responden. Lebih dari setengah UMKM menggunakan e-mail untuk pengaktifan sosial media maupun sebagai surat elektronik.

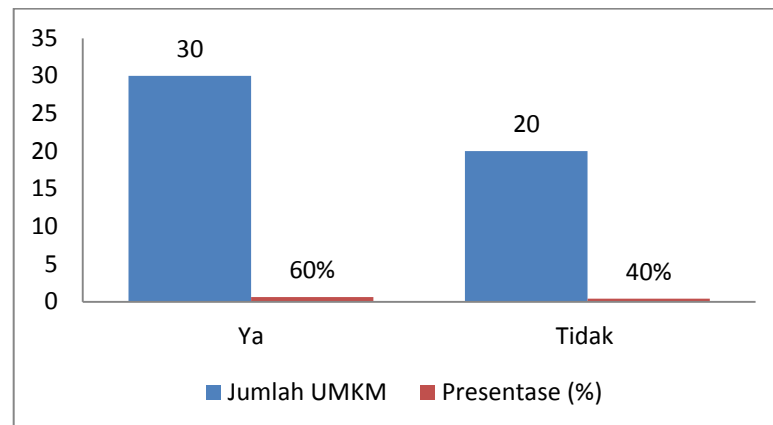
c. Penggunaan akun jejaring sosial untuk pemasaran dan berkomunikasi dengan konsumen.

Lebih dari setengah responden sudah memiliki akun jejaring sosial untuk pemasaran dan berkomunikasi. Berikut ini jumlah dari responden yang memiliki e-mail.

TABEL 4.7
Penggunaan Jejaring Sosial

No.	Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1	Ya	30	60
2	Tidak	20	40
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.3
Penggunaan Jejaring Sosial

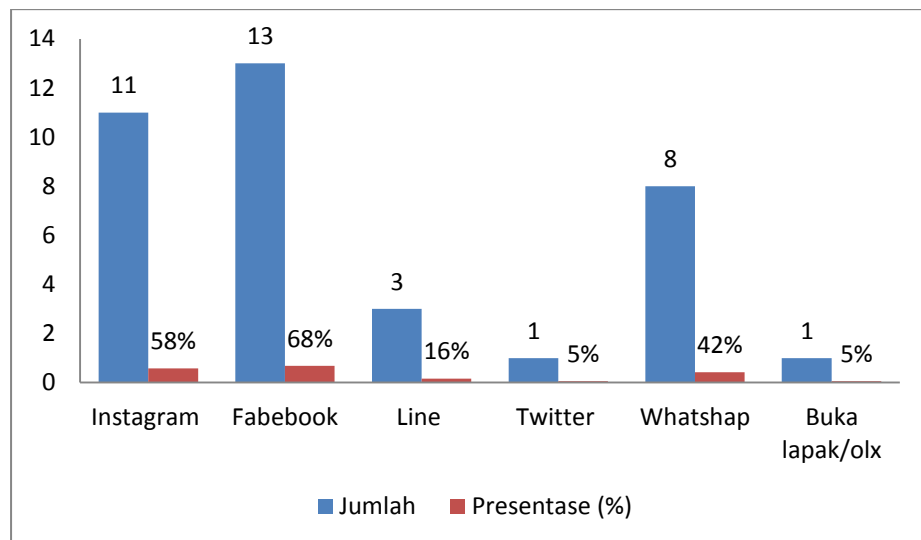
Penggunaan sosial media oleh UMKM cukup tinggi yaitu 30 responden atau 60% dari jumlah responden dan yang belum menggunakan sosial media ada 20 responden. UMKM yang memanfaatkan media sosial cukup tinggi sehingga bisa di katakan dapat mengikuti perkembangan TIK di daerah Kota Yogyakarta.

Terdapat responden yang menjawab (Ya) maka pada penggunaan jejaring sosial ada 30 responden, tapi responden yang menyebutkan apa saja media sosial yang digunakan hanya 19 responden. Responden bisa menyebutkan media sosial yang digunakannya lebih dari satu. Beberapa media sosial yang digunakannya seperti instagram, Facebook, Line, dan lain-lain. Berikut ini adalah jumlah dan persentase yang menggunakan media sosial tersebut:

TABEL 4.8
Penggunaan Media Sosial

No.	Media Sosial	Jumlah	Persentase (%)
1	Instagram	11	58
2	Facebook	13	68
3	Line	3	16
4	Twitter	1	5
5	WhatsApp	8	42
6	Buka lapak/olx	1	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.4
Penggunaan Media Sosial

Dari seluruh sosial media yang disebutkan diatas, yang paling banyak digunakan yaitu Facebook ada 13 responden atau 68% dari 19 responden. Karena dari 30 responden yang menggunakan sosial media hanya 19 responden yang menyebutkan apa saja yang digunakannya. Setelah Facebook ada instagram yang paling banyak penggunaannya yaitu 11 atau 58% dari 19 responden selanjutnya ada line, whatsapp, twitter, buka lapak/olx.

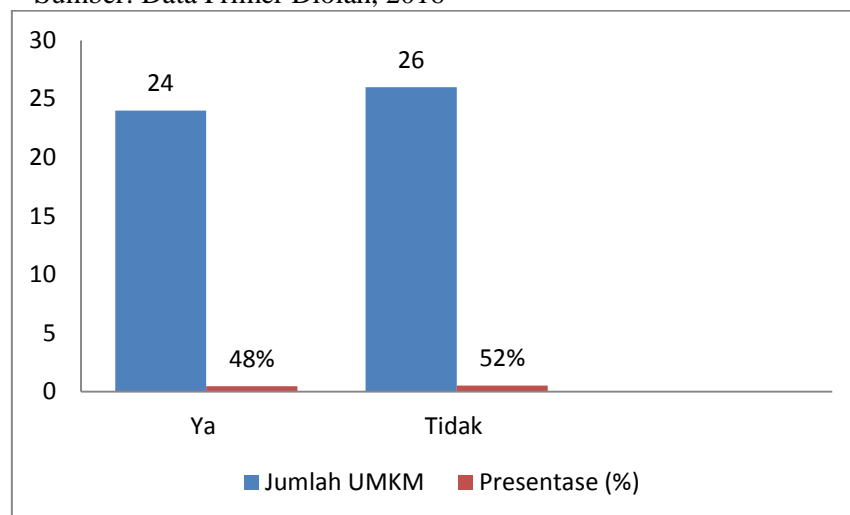
d. Jumlah karyawan yang dapat mengoperasikan computer

Dari 50 responden, berikut merupakan jumlah UMKM yang memiliki karyawan yang dapat mengoperasikan komputer dan tidak.

TABEL 4.9
Jumlah UMKM yang memiliki Karyawan yang dapat Mengoperasikan Komputer

No.	Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1	Ya	24	48
2	Tidak	26	52
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.5
Jumlah UMKM yang memiliki Karyawan yang dapat Mengoperasikan Komputer

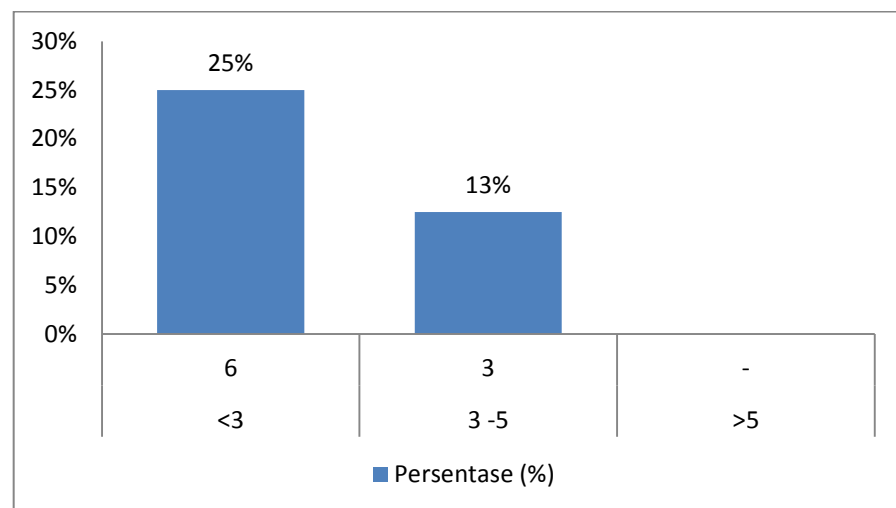
Dari 50 UMKM yang memiliki karyawan yang dapat mengoperasikan komputer yaitu ada 24 responden. Responden yang tidak memiliki karyawan yang belum bisa mengoperasikan komputer ada 26 UMKM. Sebagian pemilik usaha mengatakan bahwa mereka masih bisa berkembang tanpa adanya bantuan karyawan untuk mempromosikan bisnisnya.

Dari 24 responden yang memiliki karyawan yang dapat mengoperasikan komputer, ada sebagian yang tidak menyebutkan berapa banyak karyawan yang dapat mengoperasikan komputer. Jumlah karyawannya adalah sebagai berikut:

TABEL 4.10
Jumlah Karyawan yang Mengoperasikan Komputer

No.	Jumlah karyawan	Jumlah	Persentase (%)
1	<3	6	25
2	3-5	3	12.5
3	>5	0	0
4	Tidak ada data	15	62.5
	Jumlah	24	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.6
Jumlah Karyawan yang Mengoperasikan Komputer

Dari 24 responden yang memiliki karyawan yang dapat mengoperasikan komputer dikategorikan menjadi 4 kelompok, yang pertama yaitu dengan jumlah karyawan kurang dari 3 ada 6 UMKM, yang kedua ada jumlah karyawan antara 3 – 5 ada 3 UMKM, selanjutnya jumlah karyawan yang lebih dari 5 tidak ada, dan yang terakhir tidak ada data ada 15 UMKM.

2. Pemanfaatan TIK

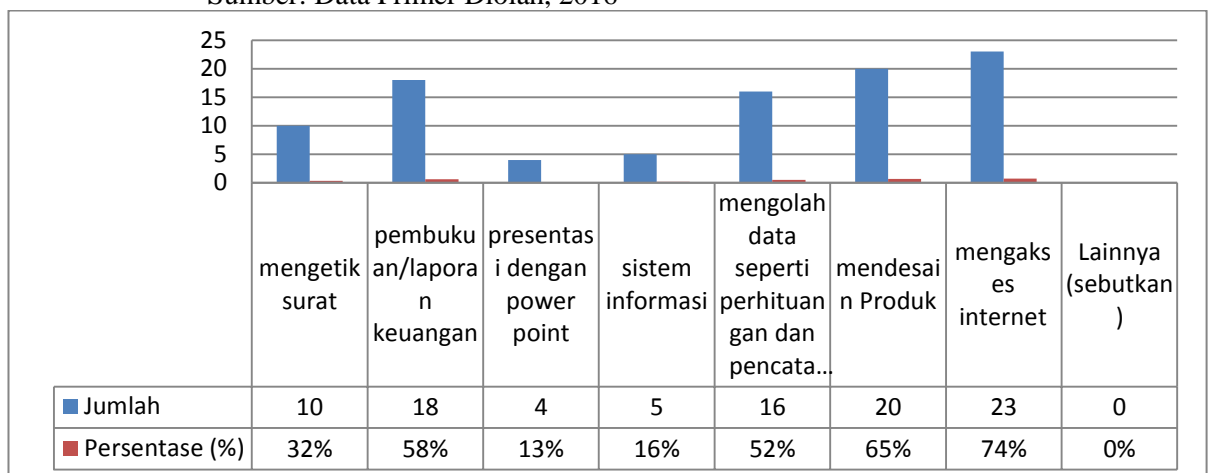
a. Pemanfaatan komputer pada bisnis

Sebagai informasi dari 50 responden hanya 31 responden yang memanfaatkan komputer. Responden boleh memilih lebih dari satu keterangan yang ada di kuesioner artinya pada setiap responden ada yang memilih semua jawaban atau sebagian. Peneliti merumuskan pemanfaatan komputer dapat digunakan sebagai berikut:

TABEL 4.11
Pemanfaatan Komputer pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	mengetik surat	10	32
2	pembukuan/laporan keuangan	18	58
3	presentasi dengan power point	4	13
4	sistem informasi	5	16
5	mengolah data seperti perhitungan dan pencatatan gaji karyawan (excel)	16	52
6	mendesain Produk	20	65
7	mengakses internet	23	74

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.7
Pemanfaatan Komputer pada UMKM

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa pemanfaatan komputer pada UMKM ada beberapa komponen. Pertama mengetik surat, UMKM

yang menggunakan komputer untuk mengetik surat ada 10 atau 32% dari 31 responden. Kedua untuk pembukuan/laporan keuangan jumlah UMKM yang menggunakannya ada 18 responden atau 58%. Ketiga untuk presentasi dengan power point yaitu ada 4 responden atau 13% dari 31 UMKM yang memanfaatkan komputer. Keempat ada sistem informasi, responden yang menggunakan komputer sebagai sistem informasi ada 5 atau 16 %. Selanjutnya untuk mengolah data seperti perhitungan dan pencatatan gaji karyawan contohnya menggunakan Ms. Excel UMKM yang menggunakannya ada 16 responden atau 52%. Selanjutnya juga untuk mendesain produk, UMKM yang menggunakannya cukup banyak yaitu 65% atau 20 responden dari 31 jumlah responden yang menggunakan komputer. Terakhir untuk mengakses internet, pada komponen ini paling banyak penggunaannya oleh responden yaitu 23 UMKM atau 74%.

b. Pemanfaatan Internet dalam Mendukung Bisnis

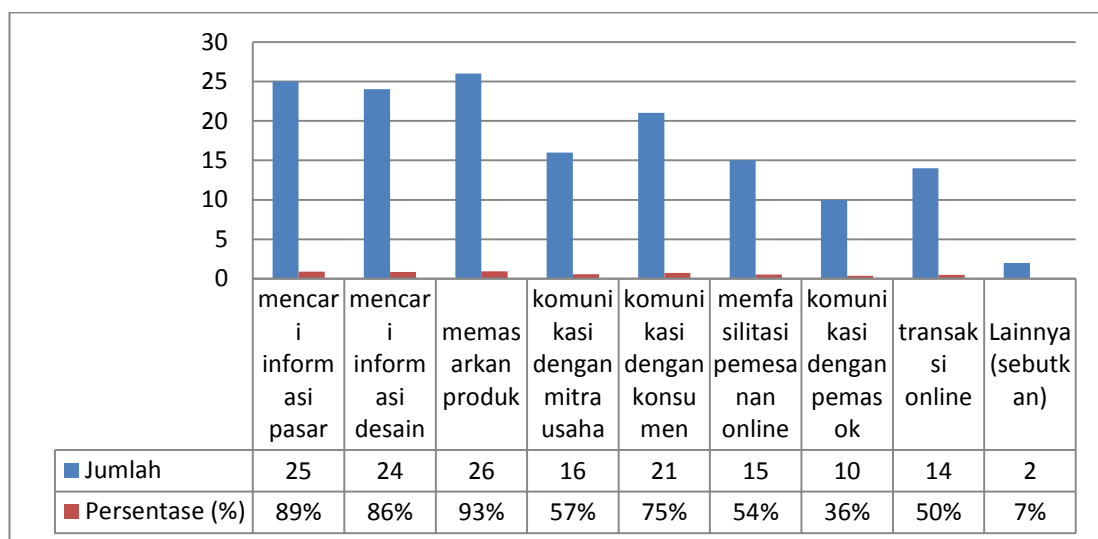
Dari 28 responden yang menggunakan internet maka ada beberapa yang memanfaatkannya untuk Mencari Informasi Pasar, Mencari informasi desain, Memasarkan produk, Komunikasi dengan mitra usaha, Komunikasi dengan konsumen, Memfasilitasi pemesanan online, Komunikasi dengan pemasok, Transaksi online, dan lain-lain. Responden boleh memilih lebih dari satu keterangan yang ada di kuesioner artinya pada setiap responden ada yang memilih semua jawaban atau sebagian dan responden juga boleh menambahkan keterangan yang tidak ada dalam kuesioner. Pada pemanfaatan

internet ini ada 2 responden yang menjawab keterangan yang tidak ada di kuesioner jawabannya yaitu fasilitas konsumen dengan persentase 7%.

TABEL 4.12
Pemanfaatan Internet pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	mencari informasi pasar	25	89
2	mencari informasi desain	24	86
3	memasarkan produk	26	93
4	komunikasi dengan mitra usaha	16	57
5	komunikasi dengan konsumen	21	75
6	memfasilitasi pemesanan online	15	54
7	komunikasi dengan pemasok	10	36
8	Transaksi Online	14	50
9	Lainnya (sebutkan)	2	7

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.8

Pemanfaatan Internet pada UMKM

Pemanfaatan internet pada UMKM yaitu untuk mencari informasi pasar, jumlah responden yang mencari informasi pasar ada 25 atau 89% dari 28 UMKM yang memanfaatkan internet. Jumlah UMKM yang memanfaatkan internet untuk informasi desain ada 24 responden atau 86% dari 28 responden yang

memanfaatkan internet. Selanjutnya untuk memasarkan produk, UMKM yang memanfaatkannya ada 26 responden atau 93%. Pemanfaatan internet untuk komunikasi dengan mitra usaha cukup banyak yaitu 16 responden atau 57%. Pemanfaatan internet untuk komunikasi dengan konsumen ada 21 responden atau 75%. Selanjutnya untuk memfasilitasi pemesanan online ada 15 responden atau 54%. Pemanfaatan internet untuk komunikasi dengan pemasok yaitu ada 10 responden atau 36%. Pemanfaatan untuk transaksi online yaitu ada 14 responden atau 50%, dan ada lainnya itu ada 2 responden yang menyebutkan keterangan selanjutnya yang peneliti sebutkan.

c. Tingkat Adopsi TIK pada UMKM di Kota Yogyakarta

TABEL 4.13
Tingkat Adopsi TIK

Tingkat	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
0	Tidak/belum menggunakan TI	13	26
1	Integrasi fungsional yang berorientasi internal	22	44
2	Integrasi multifungsional yang berorientasi eksternal	10	20
3	Integrasi proses yang berorientasi eksternal	2	4
5	Perancangan ulang proses bisnis (<i>business process redesign</i>)	2	4
6	Redefinisi lingkup bisnis dengan bantuan TI	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Tabel diatas merupakan keterangan pada tingkatan adopsi TIK pada UMKM. Pertama pada tingkatan (0) itu artinya tidak/belum menggunakan TI ada 13 responden atau 26% dari 50 responden. Pada tingkatan (1) artinya integrasi multifungsional yang berorientasi eksternal yaitu ada 22 responden atau 44% dari 50 responden. Pada

tingkat (2) yang artinya integrasi multifungsional yang berorientasi eksternal ada 10 responden atau 20% dari 50 responden. Pada tingkat (3) yang artinya integrasi proses yang berorientasi eksternal ada 2 responden atau 4% dari 50 responden. Pada tingkat (3) yang artinya integrasi proses yang berorientasi eksternal ada 2 responden atau 4% dari 50 responden. Pada tingkat (4) yang artinya perancangan ulang proses bisnis ada 2 responden atau 4% dari 50 responden. Pada tingkat (5) yang artinya redefinisi lingkup bisnis dengan bantuan TI ada 1 responden atau 2% dari 50 responden.

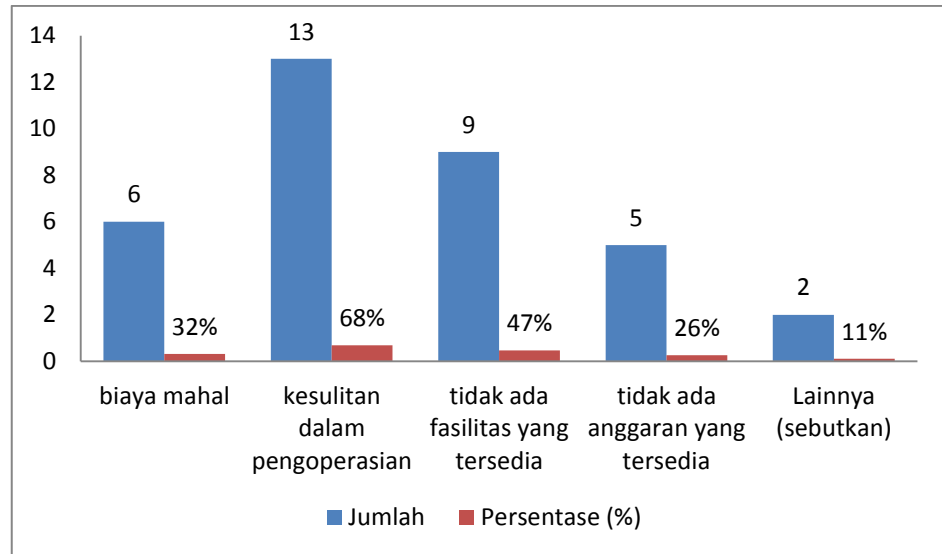
d. Alasan tidak menggunakan internet dan komputer

Berikut merupakan alasan-alasan responden tidak menggunakan komputer dan internet.

TABEL 4.14
Alasan Responden Tidak Menggunakan Komputer dan Internet

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	biaya mahal	6	32
2	kesulitan dalam pengoperasian	13	68
3	tidak ada fasilitas yang tersedia	9	47
4	tidak ada anggaran yang tersedia	5	26
5	Lainnya (sebutkan)	2	11

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.9

Alasan Responden Tidak Menggunakan Komputer dan Internet

Ada beberapa alasan kenapa ada sebagian UMKM yang belum menggunakan TIK secara maksimal. Pertama karena biaya mahal ada 6 responden, responden yang kesulitan dalam pengoperasian ada 13 responden, responden yang tidak ada fasilitas yang tersedia ada 9 responden, responden yang tidak ada anggaran yang tersedia ada 5 responden, dan keterangan yang tidak ada yang disebutkan oleh peneliti ada 2 responden.

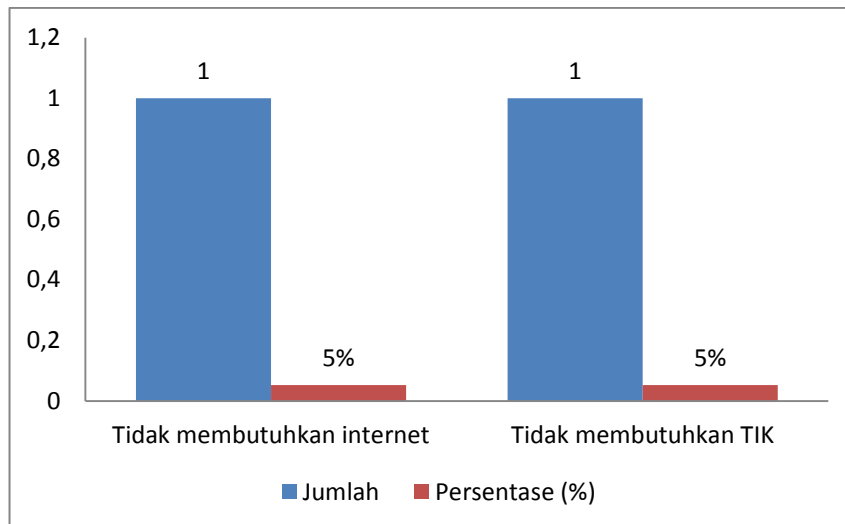
Pada keterangan lainnya (sebutkan) maka responden akan menyebutkan keterangan selain yang tertera pada kuesioner. Berikut merupakan jawaban respondennya:

TABEL 4.15

Alasan Lainnya Tidak Menggunakan Internet dan Komputer pada UMKM

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak membutuhkan internet	1	5
2	Tidak membutuhkan TIK	1	5

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.10

Alasan Lainnya Tidak Menggunakan Internet dan Komputer pada UMKM

Keterangan lain yang disebutkan oleh responden yang pertama tidak membutuhkan internet dengan persentase 5%, dan kedua tidak membutuhkan TIK.

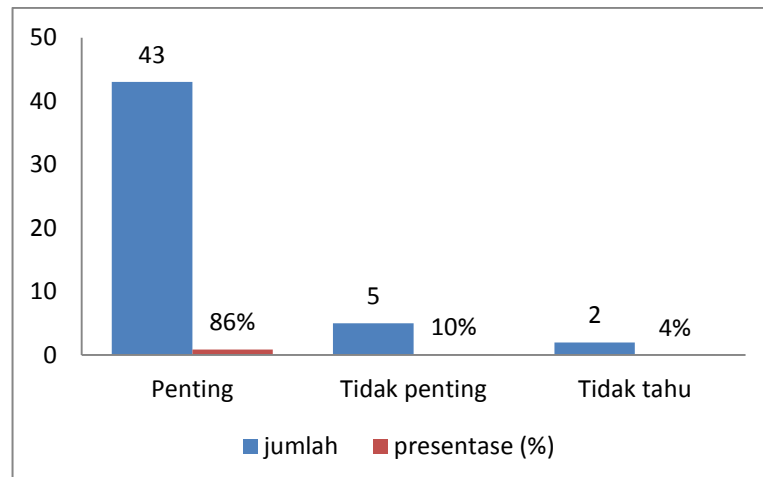
3. Manfaat TI Untuk Usaha

- a. Berikut Jawaban dari 50 responden mengenai TIK merupakan faktor penting dalam bisnis.

TABEL 4.16
TIK Faktor Penting Pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Penting	43	86
2	Tidak penting	5	10
3	Tidak tahu	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.11
TIK Faktor Penting Pada UMKM

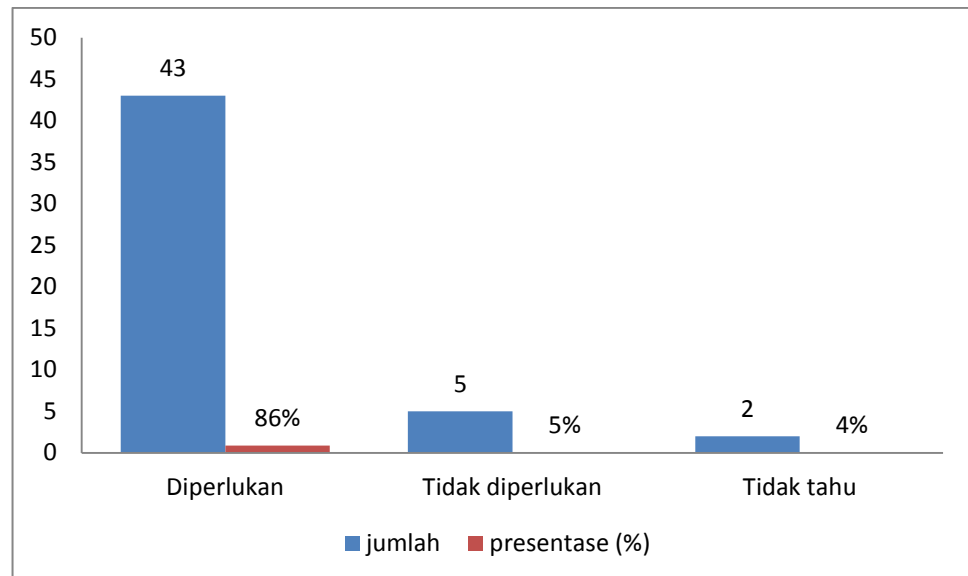
Responden yang mengatakan bahwa TIK merupakan faktor penting dalam bisnis yaitu ada 43 dari 50 responden. Sisanya mengatakan tidak penting dan tidak tahu.

b. Jawaban responden mengenai TIK merupakan faktor yang diperlukan dalam bisnis.

TABEL 4.17
TIK Faktor yang Diperlukan Pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Diperlukan	43	86
2	Tidak diperlukan	5	10
3	Tidak tahu	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.12
TIK Faktor yang Diperlukan Pada UMKM

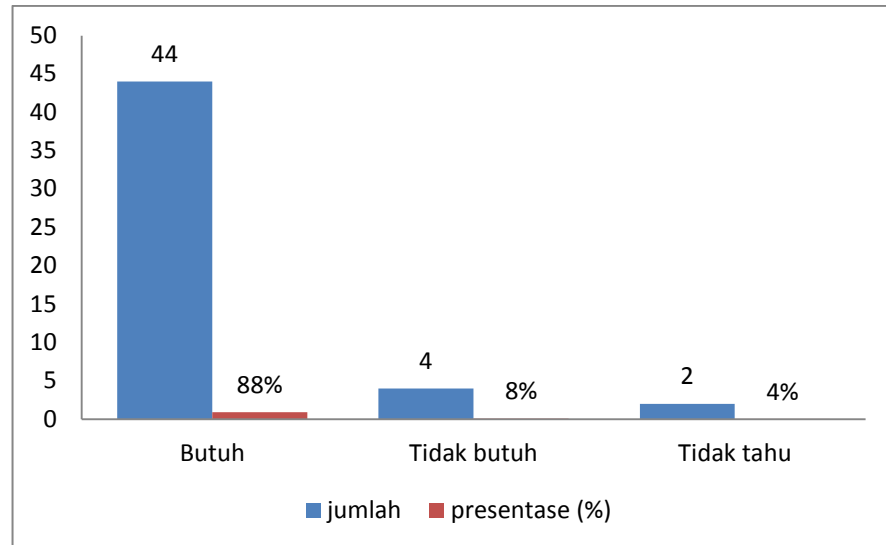
Dari 50 responden yang mengatakan bahwa TIK diperlukan untuk pengembangan bisnis yaitu ada 43 atau 86% dari seluruh responden. Sisanya mengatakan tidak diperlukan dan tidak tahu.

- c. Jawaban responden mengenai TIK merupakan faktor yang dibutuhkan dalam bisnis.

TABEL 4.18
TIK Faktor yang Dibutuhkan Pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Butuh	44	88
2	Tidak butuh	4	8
3	Tidak tahu	2	4
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.13
TIK Faktor yang Dibutuhkan Pada UMKM

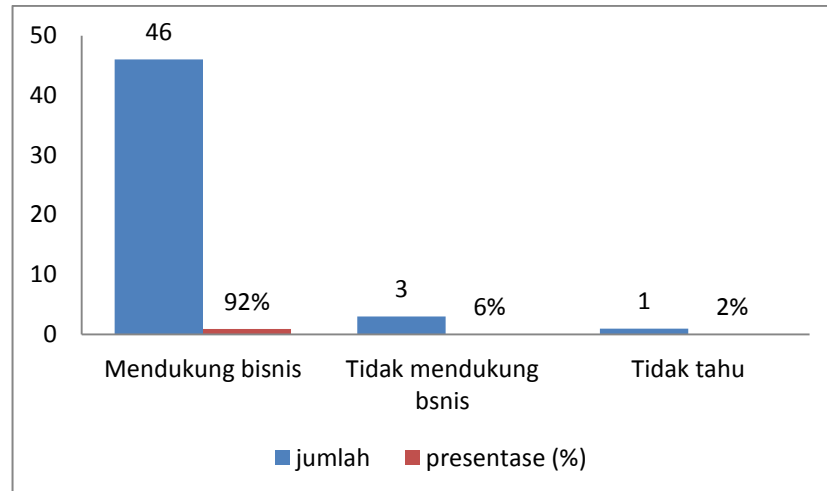
Dari 50 responden yang mengatakan bahwa TIK dibutuhkan dalam pengembangan bisnis yaitu ada 44 atau 88% dari seluruh responden. Sisanya mengatakan tidak dibutuhkan dan tidak tahu.

- d. Jawaban responden mengenai TIK merupakan faktor pendukung dalam mengelola bisnis.

TABEL 4.19
TIK Faktor Pendukung Pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Mendukung bisnis	46	92
2	Tidak mendukung bisnis	3	6
3	Tidak tahu	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.14
TIK Faktor yang Pendukung Pada UMKM

Dari 50 responden yang mengatakan bahwa TIK mendukung bisnis untuk pengembangan bisnis yaitu ada 46 atau 92% dari seluruh responden. Sisanya mengatakan tidak mendukung bisnis dan tidak tahu.

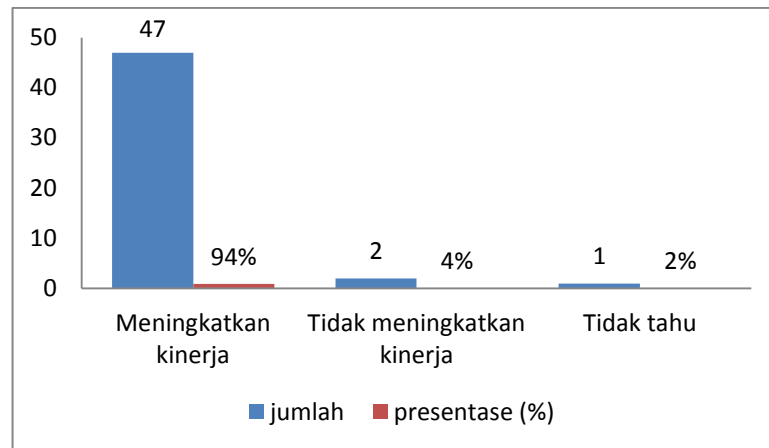
- e. Jawaban responden mengenai TIK merupakan faktor yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

TABEL 4.20

TIK Faktor Meningkatkan Kinerja Pada UMKM

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Meningkatkan kinerja	47	94
2	Tidak meningkatkan kinerja	2	4
3	Tidak tahu	1	2
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.15

TIK Faktor Meningkatkan Kinerja Pada UMKM

Dari 50 responden yang mengatakan bahwa TIK dapat meningkatkan kinerja pada bisnis yaitu ada 47 atau 94% dari seluruh responden. Sisanya mengatakan tidak meningkatkan kinerja dan tidak tahu.

4. Keikutsertaan dan Pelatihan/Workshop Tentang Pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi)

a. Jawaban responden dari 50 UMKM yang mengikuti pelatihan/workshop tentang pemanfaatan TIK sebagai berikut

TABEL 4.21
UMKM yang Mengikuti Pelatihan/Workshop

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	25	50
2	Tidak	25	50
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

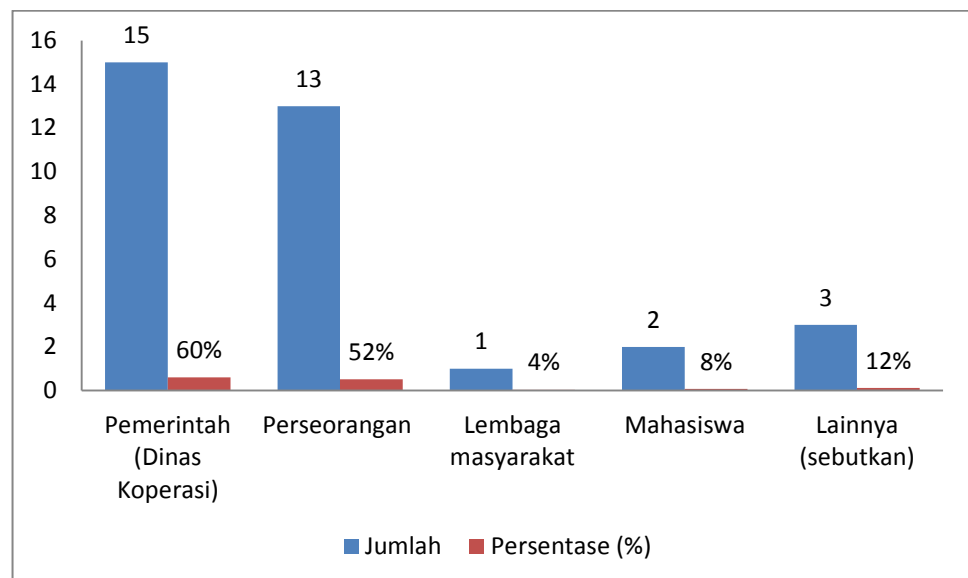
b. Dari 50 responden yang mengikuti pelatihan/workshop ada 25 responden. Pihak yang mengadakan pelatihan tersebut antara lain. Responden dapat memilih pihak yang mengadakan pelatihan lebih dari satu karena kemungkinan ada beberapa responden yang

mengikuti beberapa kali pelatihan. Responden juga dapat menyebutkan pihak yang tidak ada pada kuesioner.

TABEL 4.22
Pihak yang Mengadakan Pelatihan

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pemerintah (Dinas Koperasi)	15	60
2	Perseorangan	13	52
3	Lembaga masyarakat	1	4
4	Mahasiswa	2	8
5	Pihak Lainnya	3	12

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.16
Pihak yang Mengadakan Pelatihan

Jawaban dari hasil penelitian ini bahwa pihak paling banyak mengadakan pelatihan/workshop menurut responden yaitu dari pemerintah. Terdapat 15 responden yang mendapat pelatihan dari pemerintah (Dinas Koperasi) yang kedua ada lembaga masyarakat

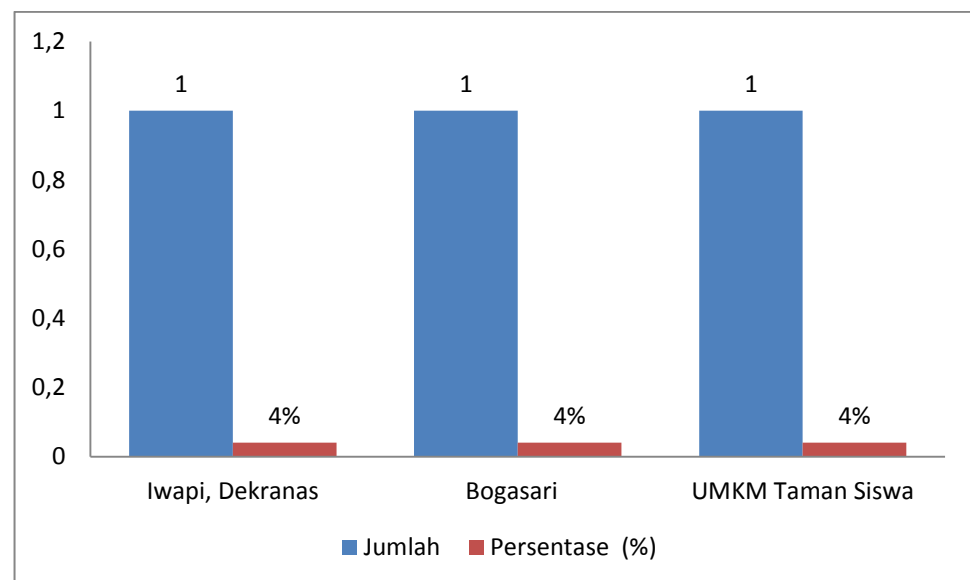
dengan persentase paling sedikit dibanding lainnya yaitu 4% atau 1 responden. Sisanya ada mahasiswa, perseorangan dan pihak lainnya.

Terdapat beberapa responden menyebutkan selain yang ada pada kuesioner. Berikut merupakan jumlah responden dan pihak yang mengadakan pelatihannya:

TABEL 4.23
Pihak yang Mengadakan Pelatihan

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Iwapi, Dekranas	1	4
2	Bogasari	1	4
3	UMKM Taman Siswa	1	4

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.17
Pihak Lain yang Mengadakan Pelatihan

Dari 50 responden yang mengikuti pelatihan ada 25 responden dan dari 50 responden ini ada 3 responden yang mengikuti pelatihan yang tidak ada keterangan pada kuesioner peneliti. Pertama

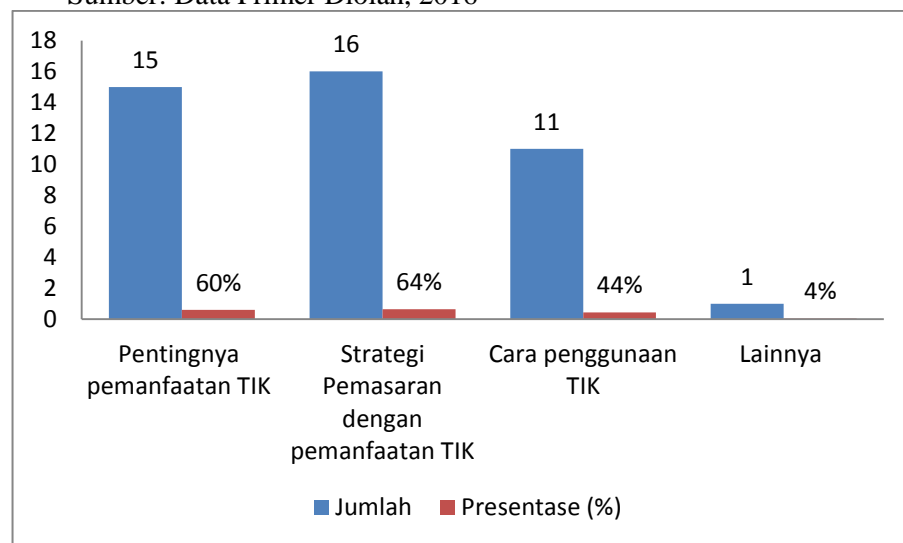
c. Dari 25 responden yang mengikuti pelatihan/workshop Materi yang didapatkan oleh responden antara lain seperti pada tabel

dibawah ini. Responden dapat memilih lebih dari satu keterangan yang ada di kuesioner dan dapat menyebutkan yang tidak ada pada kuesioner. Terdapat satu jawaban dari responden yang tidak ada pada kuesioner yaitu menciptakan brand/merk, menggunakan alat-alat modern, dan bahan yang berkualitas.

TABEL 4.24
Materi yang Didapat dari Pelatihan

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pentingnya pemanfaatan TIK	15	60
2	Strategi Pemasaran dengan pemanfaatan TIK	16	64
3	Cara penggunaan TIK	11	44
4	Lainnya	1	4

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.18

Materi yang Didapat dari Pelatihan

Dari 50 responden yang mengikuti pelatihan ada 25 responden. Materi yang didapat dari pelatihan tersebut yaitu 15 responden mengatakan pentingnya pemanfaatan TIK, kemudian 16 responden

mengatakan setrategi pemasaran dengan pemanfaatan TIK materi yang didapatkan. Kemudian ada cara penggunaan TIK dan lain-lain.

5. Rencana Penggunaan TIK di Masa Depan

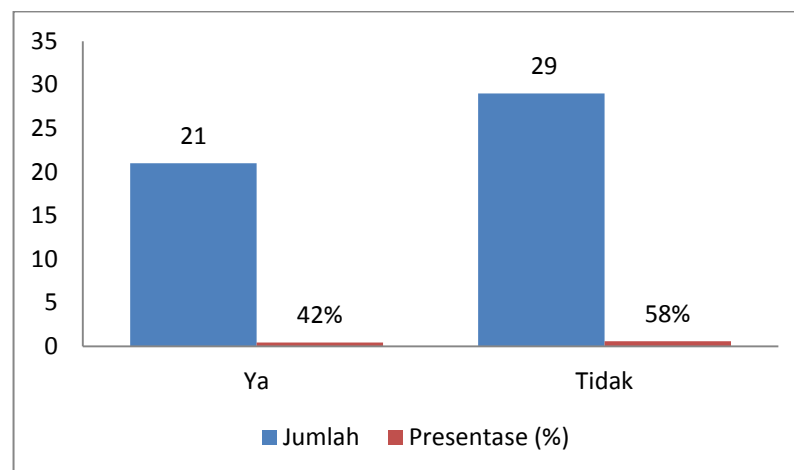
- a. Kepemilikan *website*, atau toko online pada responden.

Dari 50 responden yang menggunakan website/toko online adalah sebagai berikut.

TABEL 4.25
Kepemilikan *Website*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	21	42
2	Tidak	29	58
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.19

Kepemilikan *Website*

- b. Alasan responden kenapa tidak memiliki *website* atau toko online.

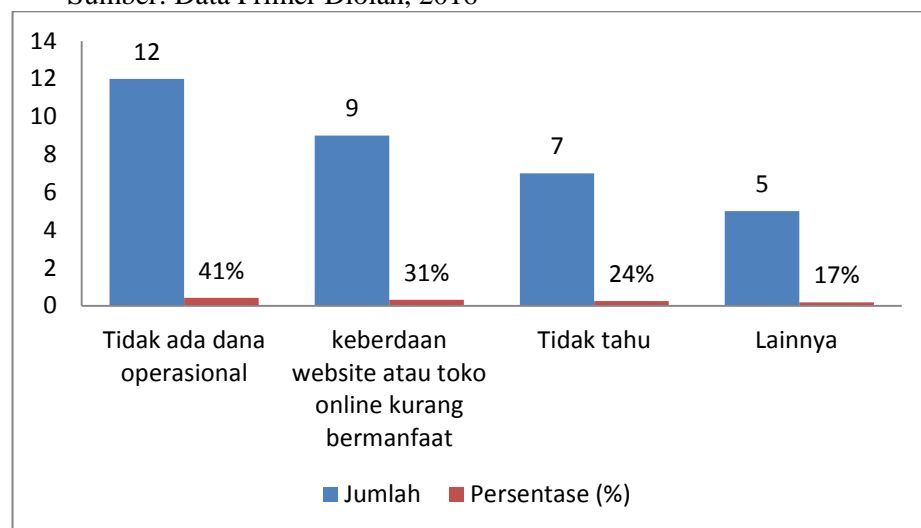
Dari 50 terdapat 29 responden yang tidak memiliki *website* atau toko online. Responden dapat memilih alasan yang ada di kuesioner lebih dari satu, kemungkinan alasan dari reponden ada

berbagai macam, dan responden juga bisa menyebutkan alasan lain yang tidak ada pada kuesioner.

TABEL 4.26
Alasan Responden Tidak Memiliki *Website*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak ada dana operasional	12	41
2	keberadaan <i>website</i> atau toko online kurang bermanfaat	9	31
3	Tidak tahu	7	24
4	Lainnya (sebutkan)	5	17

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



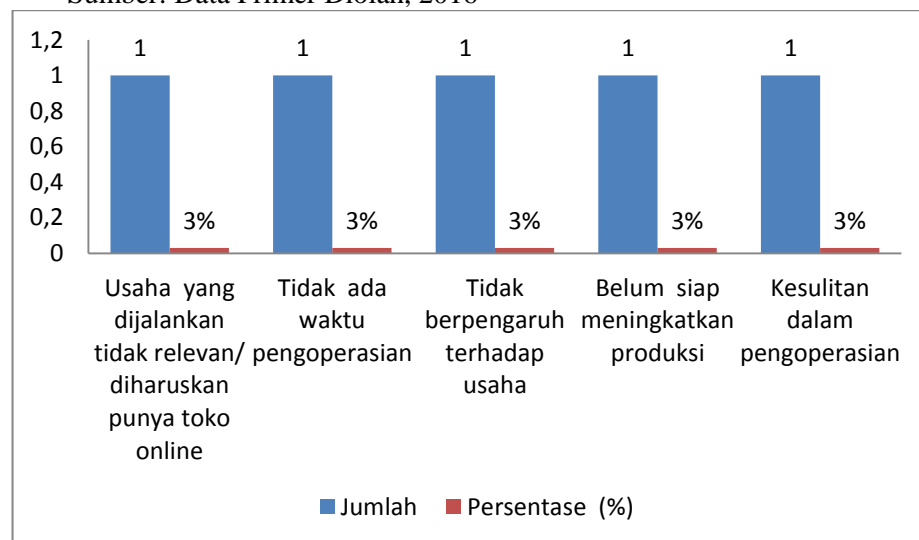
GAMBAR 4.20
Alasan UMKM Tidak Memiliki *Website*

Alasan UMKM tidak menggunakan *website* yaitu karena tidak ada dana operasional yaitu ada 12 responden yang mengatakannya, keberadaan *website* atau toko online kurang bermanfaat ada 9 responden yang menjawabnya dan mengatakan tidak tahu ada 7 responden atau 24% dari 29 responden dan lainnya ada 5 responden.

TABEL 4.29
Alasan Lain Responden yang Tidak Memiliki *Website*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Usaha yang dijalankan tidak relevan/ diharuskan punya toko online	1	3
2	Tidak ada waktu pengoperasian	1	3
3	Tidak berpengaruh terhadap usaha	1	3
4	Belum siap meningkatkan produksi	1	3
5	Kesulitan dalam pengoperasian	1	3
	Jumlah	5	15

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.21
Alasan Lain UMKM yang Tidak Memiliki *Website*

Alasan lain dari UMKM yang tidak memiliki *website* yang disebutkan oleh peneliti yaitu usaha yang dijalankan tidak relevan/diharuskn punya toko online, selanjutnya tidak ada waktu pengoperasian, ada juga yang mengatakan tidak berpengaruh terhadap usaha, dan belum siap meningkatkan produksi, serta kesulitan dalam pengoperasian.

Dari jawaban di atas yang menyatakan (Ya) maka jumlah responden yang berusaha mengembangkan/memperluas jaringan usaha dengan memanfaatkan fasilitas *website* atau toko online.

Semua responden yang memiliki *website* setuju untuk mengembangkannya.

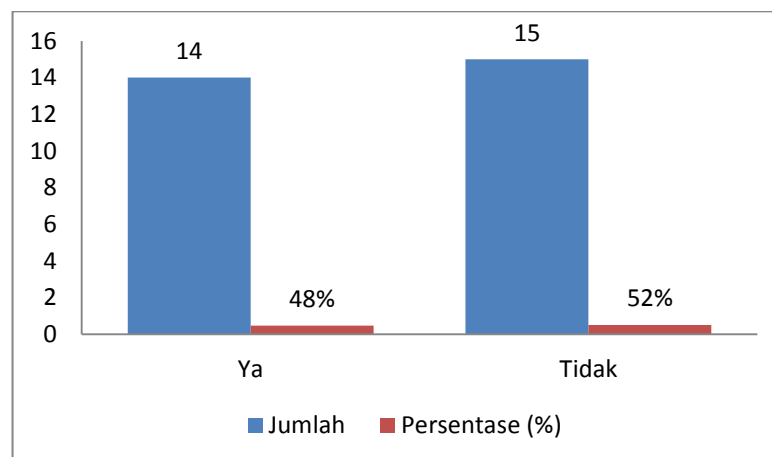
- c. Berikut merupakan jumlah responden yang berminat untuk membuat *website* atau toko online.

Dari 50 responden yang diteliti 21 responden telah menggunakan *website*, sedangkan 29 responden sisanya belum memiliki *website*/toko online. Untuk mengetahui seberapa besar minat UMKM dalam memanfaatkan *website* ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

TABEL 4.28
Jumlah UMKM yang Berminat Membuat *Website*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	14	48
2	Tidak	15	58
	Jumlah	29	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.22
Jumlah UMKM yang Berminat Membuat *Website*

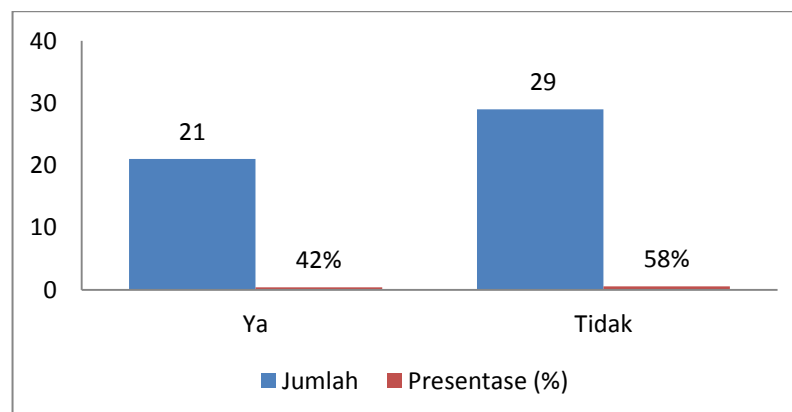
Jumlah UMKM yang belum memiliki *website* ada 29 dan diantara responden ada yang berminat membuat *website* dan tidak. Responden

yang berminat membuat website ada 14 responden atau 48% dan 15 responden tidak berminat membuat *website* atau 52% dari 29 responden.

- d. Responden yang berusaha mengembangkan/memperluas jaringan usaha dengan memanfaatkan fasilitas TIK.

TABEL 4.29
Jumlah UMKM yang Mengembangkan dan Memperluas *website*

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	21	42
2	Tidak	29	58
	Jumlah	50	100



GAMBAR 4.23

Jumlah UMKM yang Mengembangkan dan Memperluas *website*

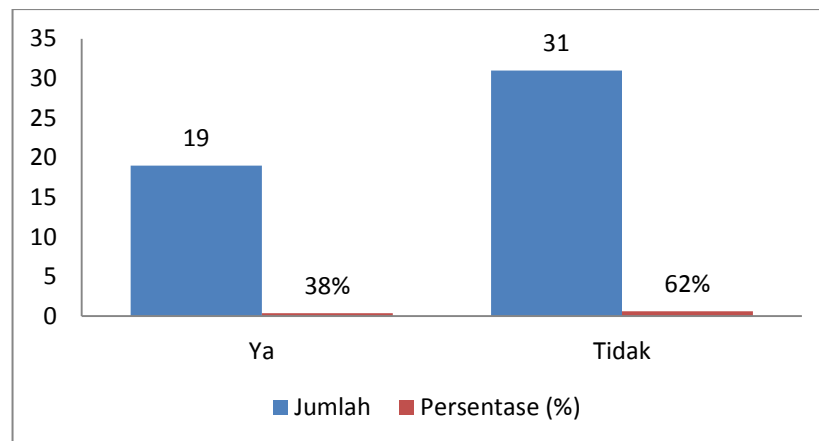
Jumlah UMKM yang menggunakan website ada 21 responden dan mereka mau untuk mengembangkannya untuk memperluas jaringan dan memasarkan dengan maksimal untuk meningkatkan usahanya.

- e. Jumlah responden yang tersedia dana khusus untuk pengembangan TIK.

TABEL 4.30
Jumlah Responden yang Tersedia Dana Khusus Untuk Pengembangan TIK.

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	19	38
2	Tidak	31	62
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2016



GAMBAR 4.24
Jumlah Responden yang Tersedia Dana Khusus Untuk Pengembangan TIK

Hasil dari rekapitulasi kuesioner bahwa responden yang sudah menggunakan website ada 21 responden sehingga jumlah yang memiliki dana khusus untuk pengembangan TIK ada 19 responden dan UMKM yang belum memiliki dana khusus yaitu ada 31 responden.

C. Pembahasan

Tingkat penggunaan TIK menunjukkan seberapa tinggi derajat penggunaan TIK di kalangan UMKM. Tingkat penggunaan TIK dilihat dari beberapa perspektif, yaitu: ketersediaan fasilitas atau infrastruktur TIK, pemanfaatan TIK, dampak TIK pada usaha dan rencana penggunaan TIK di masa depan.

1. Tingkat Ketersediaan Fasilitas atau Infrastruktur TIK

- a. Fasilitas TIK yang di analisis meliputi komputer, printer, *handphone*, penggunaan internet, email, media sosial, dan keberadaan pegawai yang bisa mengoperasikan komputer.

1) Komputer

Lebih dari setengah responden, yaitu 31 UMKM atau 62% memiliki komputer sedangkan yang tidak memiliki komputer yaitu 19 UMKM atau 38%. Responden yang memiliki komputer ada lebih dari setengah ini menunjukkan bahwa penggunaan Komputer di UMKM Kota Yogyakarta cukup baik. Perkembangan teknologi yang cepat cukup baik dimanfaatkan UMKM di Kota Yogyakarta. Sebagian besar UMKM telah menyadari pentingnya adanya TIK karena dengan memanfaatkan TIK usaha yang dijalankannya lebih maju.

2) Printer

Hanya sedikit yang menggunakan printer yaitu ada 15 UMKM dari seluruh responden. Hal ini menunjukkan bahwa banyak UMKM yang tidak membutuhkan printer dalam bisnisnya. Karena printer bukan kebutuhan pokok dalam bisnis sehingga hanya sedikit yang menggunakannya. Biaya yang dikeluarkan juga tidak sedikit sehingga pemilik usaha mementingkan investasi yang lebih dibutuhkan. Penggunaan printer pada UMKM untuk mencetak nota untuk penjualan dan lain-lain.

3) *Handphone* (HP)

Dari 50 responden semuanya menggunakan alat komunikasi berupa *handphone* (HP). Hal ini menunjukkan bahwa *handphone* merupakan kebutuhan primer dan memperlihatkan bahwa hubungan bisnis yang terjalin dengan mitra usaha maupun konsumen menggunakan HP sebagai alat komunikasi. Pemasaran juga bisa menggunakan *handphone* belum lagi sekarang terdapat *smartphone* yang lebih canggih dari *handphone* biasa. Penggunaan *handphone* yang maksimal sangat membantu menjalankan bisnis.

4) Internet

Dari 50 responden yang memanfaatkan internet ada 28 atau 56% sedangkan yang belum memanfaatkan internet ada 22 orang atau 44%. Sebagian UMKM yang tidak menggunakan internet mengatakan bahwa kesulitan dalam pengoperasian menjadi alasan mereka tidak menggunakan internet. Alasan yang lain tidak ada fasilitas yang tersedia dan tidak ada anggaran. Namun hal ini juga menunjukkan bahwa UMKM di Kota Yogyakarta sebagian sudah memanfaatkan adanya internet untuk mendukung bisnis yang dijalankannya. Penggunaan internet bersamaan dengan *smartphone* dapat memasarkan produk pada UMKM dalam pasar yang tidak terhingga di dunia maya, karena pengguna internet dapat melihat iklan atau sponsor dari produk baik lokal maupun

interlokal agar UMKM dapat bersaing dengan produk sejenis atau pun dari luar negeri maka ada sebagian besar memasarkannya dengan internet.

b. Jumlah responden yang sudah memiliki email

Jumlah responden yang sudah memiliki e-mail yaitu 33 responden atau 66%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden sudah memanfaatkan internet sebagai alat komunikasi yang murah. E-mail ini berhubungan dengan internet, komputer, *handphone* , maupun media sosial, karena untuk mengaktifkannya dibutuhkan jaringan internet dan komputer atau *handphone* . Penggunaan e-mail pada UMKM biasanya untuk berkomunikasi dengan mitra usaha atau hanya untuk mengaktifasi aplikasi di jejaring sosial dan di media sosial ini dapat digunakan untuk memasarkan produk, melihat produk pesaing dan survey harga dari pesaing. Serta untuk meningkatkan penjualan.

c. Media sosial

Jumlah responden yang sudah memiliki akun jejaring sosial yaitu ada 29 responden atau 58% dari jumlah keseluruhan. Lebih dari setengah responden memiliki jejaring sosial yang digunakannya untuk memasarkan produk atau *branding* dengan tujuan meningkatkan penjualan sehingga laba yang didapat lebih banyak. Media soasial ini digunakan untuk berhubungan dengan mitra usaha, konsumen dan lain-lain. Sebagian besar UMKM menggunakan media sosial berupa facebook karena media sosial yang paling

banyak digunakan oleh masyarakat, selanjutnya ada instagram karena lebih banyak menampilkan gambar dan video serta akses yang luas maka UMKM banyak yang menggunakannya. Serta banyak yang menggunakan whatsapp karena dari aplikasi ini banyak yang membuat grup atau komunitas sesama UMKM untuk bertukar informasi atau membuat grup-grup penjualan produk mereka pada pelanggan tetapnya. Selain itu ada Line, twitter, dan OLX/Bukalapak yang digunakan oleh UMKM.

d. Jumlah karyawan yang dapat mengoperasikan komputer

Jumlah responden yang memiliki karyawan yang memiliki kemampuan mengoperasikan komputer adalah sebanyak 20 orang atau 65% dari jumlah responden yang memiliki komputer. Hal ini menunjukkan sebagian responden tidak ada kendala dalam mengakselerasi penetrasi penggunaan TI di UMKM. Hampir setiap karyawan bisa belajar dengan cepat dalam mengoperasikan komputer sehingga pemilik usaha bisa mempercayakan pengoperasian komputer pada karyawannya untuk mengurangi pekerjaan di usaha tersebut.

2. Pemanfaatan TIK

Pemanfaatan TIK meliputi penggunaan komputer untuk apa saja, pernah tidak mengakses internet, alasan tidak mengakses internet atau berlangganan, pemanfaatan internet secara umum, pemanfaatan internet secara spesifik, kepemilikan *website* dan alasan belum memiliki *website*. Sebagai informasi, jumlah responden yang memiliki komputer

sebanyak 31 orang sehingga terdapat 19 responden yang tidak memiliki komputer.

a. Pada bagian berikut ini disajikan penggunaan internet untuk apa saja:

- 1) Jumlah responden yang memiliki komputer yang memanfaatkan komputer tersebut untuk mengetik surat atau laporan dengan aplikasi words ada 10 responden dan 21 orang tidak menggunakannya.. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan komputer tidak difokuskan untuk mengetik surat atau laporan karena mengetik surat bukan hal pokok sehingga apabila ada keperluan untuk membuat surat lebih memilih di rental komputer atau sejenisnya. Pengetikan laporan itu memang dibutuhkan untuk melihat perkembangan dari tiap usaha yang dijalankan tapi tidak semua UMKM rajin mengerjakannya karena waktu yang terbatas dan hanya mengetik untuk laporan keuangan saja.
- 2) Jumlah responden yang menggunakan komputer untuk melakukan rekapitulasi keuangan maupun melakukan perhitungan-perhitungan dengan bantuan Microsoft excel ada 18 responden. Hal ini menunjukkan pentingnya melakukan rekapitulasi keuangan karena lebih dari setengah responden yang menggunakan komputer untuk melakukan rekapitulasi keuangan. Setiap bulan atau hitungan per tahun perlu untuk di evaluasi dari pendapat dan pengeluaran dan untuk melihat perkembangan usaha itu sendiri strategi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

- 3) Jumlah responden yang menggunakan komputer untuk membuat presentasi dengan power point hanya 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden jarang melakukan presentasi-presentation bisnis. Karena UMKM terlalu fokus pada penjualan-penjualan dan presentasi bisnis bukan prioritas pada UMKM sehingga jarang yang melakukannya, hanya segelintir orang yang melakukan presentasi bisnis.
- 4) Jumlah responden yang menggunakan komputer untuk menjalankan sistem informasi, misalnya sistem informasi keuangan hanya 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua responden belum memiliki sistem informasi mengenai bisnis yang dijalankannya. Mahalnya sistem informasi menyebabkan tidak banyak yang menggunakannya, karena pendapatan dari usaha UMKM biasanya hanya masih mampu untuk untuk menggaji karyawan, sehingga untuk meningkatkan usaha dengan sistem informasi masih kurang diminati karena omset penjualan yang belum tinggi.
- 5) Jumlah responden yang menggunakan komputer untuk mengolah data yaitu ada 16 responden. Pengolahan yang dilakukan responden terutama adalah mengenai perhitungan dan pencatatan gaji. Software yang digunakan adalah excel. Sebagian dari responden yang menggunakan komputer menggunakan aplikasi Ms. Excel untuk pencatatan gaji karyawan hal ini menunjukkan perkembangan UMKM sudah maju dengan memanfaatkan sistem

ini karena dengan menghemat biaya kertas serta untuk mengevaluasi gaji karyawan lebih mudah. Sehingga banyak juga UMKM yang menggunakannya untuk pencatatan laporan keuangan .

6) Jumlah responden yang menggunakan komputer untuk mendesain produk yaitu ada 20 responden. Sebagian besar responden telah memanfaatkan komputer dengan baik seperti untuk mendesain produk. Karena adanya komputer sangat membantu pekerjaan tenaga kerja UMKM.

7) Jumlah responden yang mengakses internet ada 23 responden. Penggunaan pada internet bisa bermacam-macam ada yang menggunakan komputer ada yang menggunakan alat komunikasi seperti *smartphone* yang canggih seperti saat ini yang lebih praktis dan lengkap untuk kebutuhan sehari-hari, sehingga dapat mengakses internet tanpa menggunakan komputer. Dalam mengakses internet ada yang sengaja memasang *hotspot area* karena memang UMKM tersebut membutuhkan jaringan internet untuk kelangsungan bisnisnya serta ada juga yang menyediakan *handphone* untuk berkomunikasi dengan pelanggan saja.

Pada bagian ini dijelaskan mengenai penggunaan internet untuk apa adalah sebagai berikut:

1) Terdapat 25 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk mencari informasi pasar. Hal ini menunjukkan persaingan yang ketat antar usaha menyebabkan

penggunaan internet untuk mencari peluang dan sasaran konsumen yang sedang banyak diminati atau yang lagi tren agar dapat meningkatkan produk yang dihasilkan dan menciptakan produk sesuai dengan keinginan konsumen.

- 2) Terdapat 24 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk mencari informasi desain. Hal ini menunjukkan informasi desain produk sangat penting untuk menciptakan kemasan yang menarik bagi konsumen. Membutuhkan ide-ide kreatif yang dapat bersaing di pasar sehingga pemanfaatan internet dengan pengetahuan yang tidak terbatas sangat tepat untuk mencari informasi.
- 3) Terdapat 26 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk memasarkan produk. Langkah yang tepat yang dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memasarkan produk lewat internet, dengan memanfaatkan media sosial yang ada dan informasi yang cepat sangat tepat untuk menyusun strategi pemasaran. Langkah ini cukup banyak dilakukan oleh UMKM di Kota Yogyakarta sehingga kerajinan dari UMKM maupun usaha lainnya dapat dikenal lebih cepat oleh dunia.
- 4) Terdapat 16 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk komunikasi dengan mitra usaha. Mitra usaha sangat penting dalam bisnis tanpa mitra usaha, tidak bisa menghasilkan produk maupun meningkatkan penjualan.

UMKM di Kota Yogyakarta ini sudah cukup baik memanfaatkan internet untuk berkomunikasi dengan mitra usaha.

- 5) Terdapat 21 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk komunikasi dengan konsumen. penggunaan internet untuk komunikasi dengan konsumen cukup baik, dengan adanya internet ini bisa meningkatkan penjualan dengan lancarnya komunikasi, karena komunikasi yang baik terhadap konsumen akan memberikan dampak positif terhadap usaha yang mereka jalankan seperti mendapat kepercayaan dari konsumen.
- 6) Terdapat 15 responden yang mengemukakan bahwa mereka menggunakan internet untuk memfasilitasi pemesanan online. Hal ini menunjukkan UMKM di kota Yogyakarta sebagian sudah menggunakan sistem pemesanan online yang produknya bisa dikirim dengan jasa antar barang. Kemajuan teknologi saat ini mampu meningkatkan penjualan dengan konsumen di seluruh Indonesia.

Alasan-alasan yang mendorong responden tidak menggunakan atau tidak mengakses internet adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat 6 responden yang mengatakan bahwa penggunaan internet itu mahal. Hal ini menunjukkan ada beberapa UMKM yang belum bisa memanfaatkan adanya internet karena biaya mahal sehingga belum bisa meningkatkan penjualannya menggunakan internet. Tidak semua UMKM sudah memfokuskan

untuk penjualan yang lebih tapi hanya memproduksi seperti biasanya atau hanya sesuai pesanan sehingga untuk perkembangannya kurang.

- 2) Terdapat 13 responden yang mengatakan bahwa mereka merasa kesulitan untuk mengoperasikan atau menggunakan internet itu. Pemilik UMKM maupun karyawan biasanya dari kalangan pendidikan yang rendah sehingga untuk penggunaan internet membutuhkan pelatihan. Pelatihan tersebut terkadang tidak dimanfaatkan oleh UMKM sehingga usaha yang dijalankan masih tetap tidak ada peningkatan bahkan ada yang menurun.
- 3) Terdapat 9 responden yang mengatakan bahwa mereka tidak menggunakan internet karena tidak ada fasilitas yang tersedia. Sebagian responden tidak memiliki fasilitas yang mendukung untuk menggunakan internet. Penggunaan internet haruslah ada komputer/*handphone*, dan jaringan internet dan perlengkapan lainnya. Usaha yang dijalankan tidak menggunakan internet sehingga UMKM tidak memilih membeli perlengkapannya tapi bisa juga menggunakan rental komputer atau warnet untuk keperluan yang berhubungan dengan internet.
- 4) Terdapat 5 responden yang menjawab bahwa tidak mengakses internet karena tidak anggaran yang tersedia. Perbedaan dengan persepsi mahal adalah pada persepsi biaya mahal, responden merasa mampu atau memiliki dana untuk menggunakan internet tapi tidak melakukannya karena enggan. Sedangkan pada dana

terbatas, responden bisa ingin menggunakannya atau tidak ingin menggunakan internet tapi mereka tidak melakukannya karena tidak tersedia dana.

- 5) Pada point yang lain-lain terdapat 2 responden yang mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan tidak perlu menggunakan internet. Mereka beranggapan sudah cukup menjalankan usaha seperti sekarang ini (secara manual).

3. Penggunaan TIK Khususnya Internet dalam Mendukung Perkembangan UMKM

Pada bagian berikut ini disajikan penjelasan mengenai persepsi responden terhadap pemanfaatan komputer dan internet dalam pengelolaan usaha.

- a. Terdapat 43 responden yang mengemukakan bahwa TIK merupakan faktor penting (P) dalam mengelola bisnis. Ada 5 orang menyatakan tidak penting (TP) dan 2 orang menyatakan tidak tahu (TT). Hal ini menunjukkan kesadaran dari responden akan pentingnya TIK terhadap bisnis tapi sebagian sudah ada yang mewujudkannya dan beberapa belum bisa memanfaatkannya karena berbagai alasan.
- b. Terdapat 43 responden yang mengemukakan bahwa TIK merupakan faktor yang diperlukan (P) dalam mengelola bisnis. Ada 5 orang menyatakan tidak perlu (TP) dan 2 orang menyatakan tidak tahu (TT). Kesadaran responden terhadap perlunya TIK terhadap UMKM bisa terlihat dari keterangan di atas. Hal ini menunjukkan kesadaran dari responden akan perlunya TIK terhadap bisnis tapi sebagian

sudah ada yang mewujudkannya dan beberapa belum bisa memanfaatkannya karena berbagai alasan.

- c. Terdapat 44 responden yang mengemukakan bahwa TIK merupakan faktor yang dibutuhkan (B) dalam mengelola bisnis. Ada 4 orang menyatakan tidak penting (TB) dan 2 orang menyatakan tidak tahu (TT). Kebutuhan dalam bisnis tergantung pada usaha yang dijalankannya maka kesadaran akan TIK sebagai kebutuhan terlihat dari keterangan di atas. Tapi pengaplikasian mengenai penggunaan TIK cukup baik pada UMKM di Kota Yogyakarta.
- d. Terdapat 46 responden yang mengemukakan bahwa TIK merupakan faktor yang mendukung bisnis (MB) dalam mengelola bisnis. Ada 3 orang menyatakan tidak mendukung bisnis (TMB) dan 1 orang menyatakan tidak tahu (TT). Keterangan tersebut mengungkapkan bahwa pemahaman mengenai TIK merupakan faktor pendukung dalam bisnis hampir semua responden menyetujuinya.
- e. Terdapat 47 responden yang mengemukakan bahwa TIK merupakan faktor yang meningkatkan kinerja perusahaan (MK) dalam mengelola bisnis. Ada 2 orang menyatakan tidak dapat meningkatkan kinerja (TMK) dan 1 orang menyatakan tidak tahu (TT). Peningkatan kinerja pada sebuah usaha bisa dilihat dari berbagai aspek termasuk pada perkembangan pada penggunaan TIK, dan UMKM yang di Kota Yogyakarta sebagian telah menggunakannya. Adanya dampak positif dari perkembangan TIK bisa dirasakan UMKM.

4. Tingkat adopsi TIK oleh UMKM

Jumlah responden yang tidak/belum menggunakan TI yaitu ada 13 UMKM, ini menunjukkan tidak semua UMKM menggunakan TI untuk keperluan bisnisnya. Mayoritas disini UMKM penggunaan TIK pada tingkatan integrasi fungsional yang berorientasi internal yaitu penggunaan TIK hanya untuk berkomunikasi pada konsumen dengan jumlah responden 22 UMKM. selanjutnya ada integrasi proses yang berorientasi eksternal yaitu tingkat penggunaan teknologi untuk berkomunikasi dan menjalin kerja sama dengan mitra usaha serta melakukan promosi dengan teknologi informasi tersebut. jumlah responden yang menggunakan TIK pada tingkatan ini yaitu ada 2 responden. Pada tingkatan perancangan ulang proses bisnis ini terdapat 2 responden yang menggunakan TIK sampai tahap ini. Tingkat penggunaan TIK tersebut cukup luas jangkauannya yaitu penggunaan TIK untuk berkomunikasi dengan konsume, menjalin kerja sama dengan mitra usaha, dan mulai menggunakan aplikasi untuk penjualan dan perhitungan laba/rugi menggunakan olah data seperti Ms. excel dan lain-lain. Tingkatan terakhir yaitu redefinisi lingkup bisnis dengan bantuan TI yaitu tingkat adopsi TIK yang menggunakan TIK untuk berkomunikasi dengan konsumen, menjalin kerja sama dengan mitra usaha, penggunaan aplikasi atau software sendiri untuk menjalankan bisnisnya, mengolah keuangan dengan Ms. Excel, dan merencanakan untuk membuka cabang di lain tempat. Jumlah responden pada tingkatan ini yaitu ada satu responden.

5. Keikutsertaan dan Pelatihan/Workshop Tentang Pemanfaatan TIK.

- a. Terdapat 25 responden yang mengikuti pelatihan/workshop tentang pemanfaatan TIK. Ada 25 responden yang tidak pernah mengikuti pelatihan/workshop.
- b. Dari 25 responden yang pernah mengikuti pelatihan /workshop adalah sebagai berikut:
 - 1) Terdapat 15 responden mengatakan pihak yang mengadakan pelatihan tersebut dari pemerintah (Dinas Koperasi).
 - 2) Terdapat 13 responden yang mengikuti pelatihan dengan perseorangan.
 - 3) Terdapat 1 responden yang mengikuti pelatihan dari lembaga masyarakat.
 - 4) Terdapat 2 responden yang mengikuti pelatihan/workshop dari Mahasiswa.
 - 5) Terdapat 3 responden yang mengikuti pelatihan dari UMKM Tamasiswa, Wapi Dekranas, dan Bogasari.

Dari keterangan di atas bahwa pemerintah dan pihak lain sudah cukup baik membantu UMKM mengadakan pelatihan untuk kemajuan usahanya dengan ini maka pemerintah dapat meningkatkannya dan memberikan batuan berupa fasilitas TIK maupun memberikan akses atau pasaran yang lebih luas.

Pelatihan dari pemerintah belum bisa mencapai seluruh UMKM di Kota Yogyakarta, karena dari pihak UMKM yang

tidak bisa datang maupun dari pihak pemerintah yang belum mengetahui adanya perkembangan industri kecil didaerah-daerah yang jauh dari perkotaan. Hal ini perlu di perhatikan oleh pemerintah untuk segera meratakan pemanfaatan TIK serta dari pihak UMKM yang mendukung dan mau ikut serta dalam acara pemerintah maupun pihak lain.

- c. Dari 25 responden yang mengikuti pelatihan/workshop teori yang didapatkan oleh responden antara lain:
- 1) Terdapat 15 responden yang mengatakan mendapat teori pentingnya pemanfaatan TIK.
 - 2) Terdapat 16 responden yang mengatakan mendapat teori strategi pemasaran dengan pemanfaatan TIK.
 - 3) Terdapat 11 responden yang mengatakan mendapat teori cara penggunaan TIK.
 - 4) Terdapat 1 responden yang mengatakan mendapat teori menciptakan brand/merk, menggunakan alat-alat modern, dan bahan yang berkualitas.

Teori yang diberikan oleh pihak-pihak yang mengadakan pelatihan cukup baik, dan sebagian responden dapat mengetahui pemanfaatan TIK dengan baik dan ada yang menggunakannya. Namun perlu ditingkatkan lagi untuk kemajuan perekonomian Kota Yogyakarta. Serta untuk pemerataan TIK di kalangan UMKM. Teori yang diberikan harusnya menarik untuk mengundang para UMKM dan tidak membingungkannya.

Terdapat 43 responden yang mengatakan bahwa TIK merupakan faktor penting bagi UMKM tapi tidak semua responden mengikuti pelatihan dan menggunakan TIK. Alasan mereka tidak menggunakan yaitu karena biaya yang harus dikeluarkan cukup banyak, masih kesulitan untuk pengoperasiannya, tidak ada fasilitas yang tersedia dan tidak ada anggaran. Jumlah responden yang menggunakan komputer hanya 31 dan yang menggunakan handphone ada 30, dan internet 28. Responden yang mengikuti pelatihan hanya 25 responden.

Dari berbagai pihak yang seharusnya memberikan pelatihan sudah menjalankan tugas dengan semestinya tapi mungkin karna kurang tepat sasaran sehingga tidak semua responden memahami pentingnya TIK untuk UMKM. Kurang intensif pelatihan yang diberikan sehingga UMKM ada yang belum menggunakan TIK untuk membantu menjalankan bisnisnya.

6. Rencana Penggunaan TIK di Masa Depan

Pada bagian berikut ini dijelaskan mengenai rencana penggunaan responden pada TIK atau kemungkinan responden bersedia menerima adopsi TIK.

- a. Terdapat 21 responden yang mengemukakan sudah memiliki *website*, sedangkan 29 responden diantaranya belum memiliki *website*. Setengah dari responden belum menggunakan *website* hal ini menunjukkan bahwa *website* belum merata penggunaannya.

b. Berdasarkan alasan yang dikemukakan oleh responden tidak memiliki *website* atau toko online adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat 12 responden yang mengatakan tidak memiliki dana untuk mengelola *website*.
- 2) Terdapat 9 responden yang mengatakan keberadaan *website* atau toko online kurang bermanfaat.
- 3) Terdapat 7 responden yang mengatakan tidak tahu.
- 4) Terdapat 5 responden yang mengemukakan bahwa usaha yang dijalankan tidak relevan/ diharuskan punya toko online, belum siap meningkatkan produksi karena dengan adanya pemasaran dari toko online maka kemungkinan besar permintaan akan meningkat kesulitan dalam pengoperasian.

Kurangnya informasi mengenai *website* dan bagaimana pengoperasiannya perlu untuk di tingkatkan pelatihannya agar UMKM di Kota Yogyakarta bisa memanfaatkannya dan bisa meningkatkan penjualannya.

c. Terdapat 14 responden yang berminat untuk membuat *website* atau toko online dari 29 responden yang tidak menggunakannya. Alasannya karena usaha yang dijelankannya tidak perlu adanya *website* atau toko online.

d. Semua responden yang menggunakan *website* atau toko online mau berusaha mengembangkan/memperluas jaringan usaha dan memanfaatkan fasilitasnya yaitu ada 21 responden.

- e. Hampir semua responden yang sudah memiliki *website*/toko online mereka menyediakan dana khusus untuk penggunaannya yaitu ada 19 responden dari 21 responden yang menggunakannya.

