PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEKTOR KERAJINAN DI KOTA PADANG MELALUI PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET DALAM KEGIATAN USAHA*

Vera Pujani dan Eri Besra

Fak. Ekonomi Universitas Andalas

ABSTRACT

This paper presents the training of the internet use on behalf of the micro and small business enterpreses (MSEs) which have been done in Padang. The objective is to improve the understanding and utilization of the internet in business activities. The training has been done at Thursday 11th August 2009 which is fasilitated by PT Telkom providing computer and internet systems for 20 participants (MSEs). The training provides the subject toward the basic concept and business model of ecommerce and pratices the internet to establish email and blog. This training is evaluated using two activities, (1). Distributing questionnaires in before and after the training undertaken as a comparative study. The illustration given of the comparative study that there are no signifiantly diferencies between before and after perceptions toward the use of internet in their business activities except about the easy using internet. (2). Observating within participant's Blogs had been undertaken. The results found some blog were statis and not continued operations as the limitation of the time and their competencies managing blog pages even numerous blogs with the good progress. Generally, this training is able to improve the intention using the internet supporting their business activity in the future.

Key words: Internet, e-commerce, MSEs, Padang

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemanfaatan teknologi internet saat ini semakin luas di berbagai aspek kegiatan terutama sekali di dunia bisnis. Hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kemajuan aktifitas bisnis global di berbagai negara (Negash, Ryan & Igbaria 2003; Teo & Pian 2004). Penggunaan teknologi internet adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam suatu pasar maya yang disebut sebagai *electronic business dan commerce* (*e-business dan e-commerce)* (Tamimi, Sebastianelli & Rajan 2005; Wang, Head & Archer 2002). Dengan memanfaatkan teknologi internet perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan bisnis secara elektronik seperti; transaksi bisnis, operasi fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen dan suplier untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian (Zwass 1998; Zwass 2003; Bandyo-padhyay 2002;

Haag, Cummings & Dawkins 1998). Aktifitas bisnis secara elektronik ini (e-business/e-commerce) telah memberikan beberapa kemudahan baik bagi penjual maupun bagi pembeli (Grandon & Pearson 2004). Bagi pihak penjual, e-commerce akan membantu untuk memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijualnya, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk yang akan dibelinya.

Pemanfaatan teknologi informasi dan telekomunikasi (ICT) di Indonesia masih kurang berkembang. Perkembangan penggunaan teknologi internet di Indonesia di fasilitasi oleh para pengusaha warnet (Wahid, Furuholt, & Kristiansen 2004) yang semakin hari semakin meningkat sampai sekitar 40 persen pada akhir tahun 2006, yaitu berjumlah 2500 unit (Bisnis Indonesia, 2006). Indonesia masih dikategorikan sebagai negara dengan tingkat adopsi teknologi internet pada level permulaan (*early adopter*), dengan kebanyakan pemakai (*users*) cukup berpendidikan dan kesiapan perusahaan mengantisipai teknologi ini cukup tinggi (Asia Foundation 2002).

Walau bagaimanapun, beberapa indikator penggunaan teknologi informasi dan telekomunikasi (ICT) telah memperlihatkan peningkatan yang signifikan, seperti dari tahun 1996-1999, penggunaan komputer meningkat 17.85%, jumlah *Internet Host* meningkat 24.11% dan jumlah pengguna internet meningkat 42.52% (Orbeta 2002). Tambah lagi, jumlah Domain yang ada di Indonesia telah meningkat dari 1,479 pada tahun 1998 menjadi 21,762 tahun 2004 (APJII 2005). Data terakhir dari Internet World Stats (2007) menyatakan terjadinya peningkatan yang sangat cepat (900%) terhadap jumlah pengguna internet di Indonesia dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya seperti Philipina, Thailand dan Malaysia (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Perbandingan Pengguna Internet di ASEAN

Negara ASEAN	Pengguna Internet	Penetrasi (% Populasi)	Pengguna di Asia	Pertumbuhan Pengguna (2000-2007*)
Indonesia	20,000,000	8.9 %	4.6 %	900.0 %
Singapore	2,421,800	66.3 %	0.6 %	101.8 %
Thailand	8,420,000	12.5 %	1.9 %	266.1 %
Malaysia	13,528,200	47.8 %	3.1 %	265.6 %
Philippines	14,000,000	16.0 %	3.2 %	600.0 %
Total Asia	**436,758,162**			
Total Dunia	**1,173,109,925**			

Sumber: Internet World Stats (2007)

* 30 Juni , 2007

Dalam aplikasi penggunaan e-commerce di perusahaan, masih banyak kendala-kendala yang muncul seperti isu-isu yang terkait dengan kepercayaan, privacy, biaya yang cukup tinggi, infrstruktur dari teknologi dan kemampuan dari SDM (sumberdaya manusia). Penggunaan teknologi internet untuk kegiatan bisnis di Indonesia masih belum banyak dimanfaatkan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Ini terlihat dengan sedikitnya jumlah UMKM yang telah bertransaksi secara online dengan nilai transaksi online US$ 17,6 miliar tahun 2003 (Bisnis Indonesia, 2006). Dalam studi The Asia Foundation (2002) menemukan bahwa UMKM di propinsi Bali adalah sebagai pelopor perkembangan e-commerce dan website di Indonesia terutama disektor pariwisata dan wisata olahraga air. Peran serta pemerintah Indonesia, perguruan tinggi dan lembaga keuangan sangat diperlukan dalam menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang baik untuk lebih mendorong para perusahaan dan calon konsumen menggunakan internet/*website* dalam kegiatan bisnis (Achjari & Quaddus 2002).

Oleh karena itu, dengan melibatkan tenaga akademis dan praktisi di kota Padang, telah dilaksanakan pelatihan untuk mengukur minat dalam memanfaatkan tenknologi internet dikalangan pengusaha UMKM. Kegiatan ini dilakukan di kota Padang sebagai ibukota Propinsi Sumatera Barat yang mempunyai luas 694,96 km2 dengan penduduk lebih 800.000 jiwa. Di Sumatera Barat, industri dikelompokkan kedalam usaha industri kecil dan menengah

besar dimana, lebih dari 98% industri di Sumatera Barat merupakan industri kecil yang berjumlah 43.014 unit usaha tersebar di seluruh daerah dan menyerap tenaga kerja sebanyak 147.094 orang (Sumbar.go.id; 2007). Sementara itu, mayoritas pengusaha minang di kota Padang lebih banyak berusaha di bidang Jasa Kemasyarakatan dan Perdagangan Besar, Eceran, Rumah Makan dan Hotel (lihat Tabel 2).

Tabel 2. Profil Kota Padang

No.	Uraian	Data
1.	Jumlah Penduduk	803.324 Jiwa: 483.882 (L); 419.442 (W)
2.	Jumlah Kecamatan & Kelurahan	11 Kecamatan & 104 Kelurahan
3.	Jenis Usaha: 1. Pertanian, Kehutanan, Perburuhan dan Perikanan 2. Pertambangan dan Penggalian 3. Industri Pengolahan 4. Listrik, Gas dan Air 5. Bangunan 6. Perdagangan Besar, Eceran, Rumah Makan & Hotel 7. Angkutan, Pergudangan dan Komunikasi 8. Keuangan Asuransi, Usaha Sewa, Bangunan, Tanah dan Jasa Perusahaan 9. Jasa Kemasyarakatan	 7,85 % 0,20 % 7,66 % 0,45 % 8,99 % 29,52 % 9,92 % 3,64 % 31,64 %
	Jumlah	**100%**

Sumber: www.padang.go.id, 2007

Dalam kegiatan usaha, para pengusaha Indonesia khususnya di kota Padang belum banyak yang memanfaatkan teknologi internet. Hanya sebahagian kecil yang mulai memanfaatkan teknologi internet dan website sebagai salah satu alat untuk kegiatan bisnis dan pemasarannya seperti website Toko Songket Minang, Minang Souvenir, Abunawas Padang, dan ada beberapa perusahaan Sumatera Barat yang menampilkan produknya di website e-commerce seperti: *Indonetwork, Endonesia* dan *Sumbar Bisnis*. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan akan membantu pengusaha UMKM di Indonesia khususnya di kota Padang untuk mulai mempertimbangkan dan menggunakan teknologi internet bagi kelancaran usaha bisnisnya.

Perumusan Masalah

Dengan adanya kemajuan teknologi internet, keterbatasan keadaan geografis Indonesia, dan keterbatasan perusahaan mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam mengembangkan usaha terutama sekali dalam pemasaran produk dan jasa; adalah sebagai alasan utama perlunya terlaksananya kegiatan ini. Apalagi, sebahagian besar para pengusaha Indonesia terutama di kota Padang, belum banyak memahami tentang manfaat penggunaan teknologi internet. Oleh karena itu perlu dirumuskan masalah dalam kegiatan ini yaitu ***apakah kegiatan pelatihan mampu meningkatkan minat pengusaha UMKM kota Padang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet untuk proses pengembangan dan pemasaran produk/jasanya***? Untuk menjawab permasalahan tersebut, perlu diberikan pelatihan singkat untuk melihat seberapa jauh pemahaman dan minat dari pengusaha UMKM kota Padang mengenai manfaat teknologi internet ini bagi kemajuan usahanya.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini adalah memberikan pelatihan 1 hari dalam penerapan teknologi internet dikalangan para pengusaha mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang yang bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman tentang penggunaan dan manfaat teknologi internet bagi pengusaha UMKM kota Padang.
2. Memberikan ketrampilan sederhana untuk mengoperasikan internet dan berbagai aplikasinya seperti, *browsing, email, Blog, chatting*, dan sebagainya.
3. Mengukur minat pengusaha UMKM kota Padang untuk menggunakan internet dalam kegiatan usahanya dengan membanding minat untuk mengunakan internet/e-commerce sebelum dan setelah mengikuti pelatihan.

Manfaat Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Bagi pengusaha pada umumnya dan pengusaha kota Padang khususnya dalam memanfaatkan teknologi internet untuk kemajuan usahanya mengatasi masalah lokasi/jarak dan pemasaran.

2. Bagi pengusaha penyedia jasa internet dan perangkat-perangkat komputer untuk bisa lebih berkembang di kota Padang karena meningkatnya permintaan para pengusaha dalam menggunakan internet dan website.
3. Bagi pemerintah, hal ini akan membantu dalam perkembangan perekonomian daerah Sumatera Barat, karena adanya solusi tentang masalah jarak dan pemasaran dalam penjualan produk dan jasa.
4. Bagi masyarakat umum, sumatera barat dan perantau minang, akan lebih mudah mendapatkan produk dan jasa khas Ranah Minang yang dikembangkan oleh pengusaha asal kota Padang atau Sumatra Barat.
5. Bagi para akademisi dan peneliti, akan mendapatkan ilustrasi awal dari pemahaman dan minat penggunaan teknologi internet dikalangan pengusaha Sumatera Barat khususnya kota Padang

METODE KEGIATAN

Kerangka dan Pemecahan Masalah

Kegiatan pelatihan ini dilakukan untuk memberikan solusi pada perumusan masalah diatas (bahagian 1.2), dimana kegitan pelatihan ini diadakan dengan bekerjasama dengan PT Telkom Sumatera Barat, Padang. PT Telkom mempunyai fasilitas penggunaan internet lengkap dengan 12 unit komputer *desktop* dan koneksi internet. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa prosedur sebagai berikut:

Tabel 2.1. Presedur Kegiatan

No.	Kegiatan	Metode	Objek	Keluaran
1.	Menghubungi Kantor PT Telkom Padang	Kunjungan langsung dan Telpon	Syahril ST dan Gasrial Spd.	Jadwal pelatihan
2.	Menyusunan dan pemilihan peserta	Diskusi	Pengarajin Kota Padang	Daftar peserta Pelatihan
3.	Penyusunan modul pelatihan	Dokumentasi	Materi pelatihan	Modul pelatihan
4.	Pelaksanaan kegiatan	Ceramah & praktek	Pengusaha kerajinan	Transfer *knowledge, email dan blog*
5.	Evaluasi	Monitoring secara online	blog peserta	Kondisi operasional blog peserta

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan di lakukan di Kota Padang, dengan pertimbangan bahwa industri kerajinan cukup berkembang di Kota Padang dan kota Padang sebagai pusat perekonomian propinsi

Sumatera Barat. Untuk mencapai tujuan kegiatan pelatihan ini, telah dilakukan beberapa kegiatan:

1. Melakukan transfer knowledge tentang penggunaan internet di dunia bisnis, melalui pengenalan konsep-konsep bisnis secara online (E-commerce).
2. Melakukan praktek penggunaan internet menggunakan aplikasi browshing, e-mail dan blog.
3. Melakukan evaluasi setelah 2 bulan kegiatan pelatihan dilakukan, melalui monitoring blog-blog yang telah dihasilkan pada saat pelatihan tersebut.

Keluaran dari kegiatan pelatihan adalah terciptanya email dan halaman blog usaha dari peserta kegiatan pelatihan penggunaan internet dan akhirnya dilakukan proses pengecekan sejauh mana blog-blog tersebut dioperasikan oleh pemiliknya.

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu dan Tempat

Kegiatan pelatihan ini diadakan di Kota Padang pada hari Kamis tanggal 11 Agustus 2009. Tempat pelaksanaan kegiatan adalah di ruang BCC PT Telkom Padang yang dimulai pada jam 9.00 pagi dan dibuka oleh pimpinan PT Telkom.

Pelaksanaan Kegiatan

Beberapa kegiatan telah dilakukan dalam rangka memenuhi pelaksanaan pengabdian ini. Secara rinci tentang aktivitas yang telah dilakukan disusun dalam laporan kemajuan pengabdian ini. Kegaiatn-kegiatan tersebut meliputi 4 tahapan, yaitu : persiapan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi dan penyusunan laporan.

1. Tahap persiapan.

   Kegiatan ini dilakukan sebagai studi pendahuluan yang menunjang pelaksaan pelatihan ini. Kegiatan yang dilakukan antara lain :

   Tabel 3.1. Rincian Kegiatan Pendahuluan

No	Kegiatan Pendahuluan
1.	Pemilihan UMKM
2.	Penyebaran Undangan
3.	Persiapan Modul
4.	Menyusun jadwal pelatihan

Kegiatan pemilihan peserta dilakukan melalui kerja sama dengan PT.Telkom, dimana UMKM yang akan dipilih adalah UMKM binaan PT. Telkom. UMKM dihubungi melalui telepon, dan diminta kesediaannya untuk mengikuti pelatihan ini. Dari kegiatan ini maka diperoleh jumlah peserta yang akan mengikuti pelatihan ini. Setelah diperoleh jumlah peserta maka peserta diundang melalui telepon untuk mengikuti pelatihan.

2. Tahap pelaksanaan pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan satu hari yang diadakan pada tanggal 11 Agustus 2009 sebanyak 8 sesi belum termasuk pembukaan dan penutupan. Materinya ada 3, yaitu: Teori mengenai model bisnis online dan Praktek pembuatan email dan Blog pada UMKM kota Padang. Rincian kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Rincian kegiatan pelatihan

No.	Materi	Jumlah sesi
1.	Pembukaan	1
2.	Pengenalan model bisnisonline	2
3.	Mengembangkan Blog yang efektif	2
4.	Praktek Pembuatan email dan Blog	4
5.	Penutupan	1

Pelatihan ini dilaksanakan melalui kerja sama antara tim pengabdian Unand dengan PT. Telkom, dan pelaksanaan diadakan di ruang BCC PT. Telkom Padang yang dihadiri oleh 20 peserta dari UMKM Kota Padang. Hasil dari kegiatan pelatihan ini adalah dihasilkannya alamat email dan blog (website) peserta pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

Kegiatan pelatihan akan diukur berdasarkan konsep penerimaan peserta pelatihan untuk menggunakan teknologi internet. Konsep yang akan digunakan adalah Tiori Adopsi atau Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model, TAM oleh Davis 1992). Pencapaian konsep ini adalah seberapa besar minat perserta pelatihan untuk

menggunakan (*intention to use*) internet dan situs website dalam kegiatan usaha perusahaan dengan menggunakan persepsi kemanfaatan (*Usefulness*) dan kemudahan (*ease of use*). Untuk itu, akan dilakukan evaluasi berdasarkan indikator pencapaian konsep TAM untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilakukan (Tabel 3.3) meliputi:

1. Mengidentifikasi kemampuan para peserta secara individu dan perusahaan terhadap penggunaan teknologi internet. Untuk itu diberikan sejumlah pertanyaan diawal kegiatan pelatihan ini untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman terhadap teknologi internet sebelum mengikuti pelatihan.
2. Mengukur pemahaman dan pencapaian kegiatan pelatihan ini dengan memberikan pertanyaan yang sama pada akhir pelatihan.
3. Mengukur minat untuk menggunakan (*intention to use*) internet dan e-commerce dalam menjalankan usaha perusahaan melalui faktor manfaat (*eas of use*) dan kemudahan (*usefulness*).

Tabel 3.3 Program Evaluasi Kegiatan Pelatihan

No	Program evaluasi	Indikator	Metode	Hasil
1.	Kemampuan dasar sebelum pelatihan	Kesiapan secara individu dan perusahaan	Pertanyaan TAM	Sudah paham dengan manfaat tetapi tidak tahu bagaimana cara menggunakanya
2.	Pencapaian setelah pelatihan	Pemahaman tentang internet	Pertanyaan TAM	Sangat antusias
3.	Minat untuk menggunakan internet	Pemahaman tentang kemudahan & manfaat (TAM) penggunaan internet	Membandingkan hasil evaluasi I dan II	Berminat menggunakan
4.	Monitoring	Aktifitas blog peserta	Cek operasional online	10 % yang aktif

Kendala Pencapaian Tujuan

Ketika kegiatan telah dilakukan, ada beberapa kendala yang dihadapi berkaitan dengan pencapaian tujuan kegiatan, yaitu:

Mayoritas peserta sangat antusias mengikuti pelatihan, tetapi setelah selesai pelatihan mereka tidak lagi menggunakan dan membuka email dan blognya karena terkendala dengan waktu dan kemampuan. Sehingga keadaan ini membuat mereka lupa dengan pastword email dan blog-nya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan ini dapat kami simpulkan bahwa:

1. kegiatan pelatihan ini membantu pengusaha untuk meningkatkan pemahaman tentang manfaat menggunakan internet bagi kemajuan usahanya.
2. kegiatan pelatihan ini membantu pengusaha untuk membimbing bagaimana mengoperasikan dan menggunakan teknologi internet yang efektif bagi kemajuan usahanya.
3. kegiatan pelatihan ini mampu meningkatkan minat penggunakan teknologi informasi bagi usaha kecil dan menengah di Sumatera Barat pada umumnya dan khususnya usaha bosrdir dan sulaman di Padang.
4. kegiatan pelatihan ini juga sosialisasikan pengggunaan teknologi internet dikalangan pengusaha terutama pengusaha usaha mikro dan kecil Kota Padang untuk menjadi perusahaan berbasis teknologi (*technopreneurship*).
5. Kurangnya kemampuan peserta untuk mengelola dan mengurus halaman Blog usaha secara online, membuat beberapa blog-blog yang telah dibuat menjadi statis.

Saran

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan ini kami menyarankan antara lain: dengan bantuan institusi pemerintah yang terkait, kegiatan pelatihan ini untuk dapat dilanjutkan secara reguler tidak hanya di Kota Padang tetapi juga sampai kepada pengusaha kerajinan di seluruh wilayah di Sumbar, sehingga menyebaran penggunaan internet lebih merata keseluruh wilayah propinsi. Terutama bimbingan untuk mempercantik halaman Blog dan mempromosikannya di dunia maya.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan atas bantuan dana Hibah Penerapan Iptek DP2M-DIKTI dengan surat kontrak No.33/H.16/PM/IPTEK-2009, tanggal 25 April tahun 2009. Sementara dalam pelaksanaan Pelatihan, terlaksana kegiatan ini adalah atas kerjasama dengan PT Telkom Padang. Oleh karena itu, kami sebagai pelaksana kegiatan pelatihan internet mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat

Universitas Andalas yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan ini. Dan juga kami mengucapkan terimakasih kepada PT Telkom, Bpk Syahrir ST dan para staffnya yang telah membantu atas kelancaran kegiatan pelatihan di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

Asia Foundation, The, 2002, 'SMEs and e-commerce, [Online], Available: http://www.asiafoundation.org/pdf/SMEsurvey_Indo.pdf', Accessed 20 Nov 2004

Bandyo-padhyay, N. 2002, 'E-commerce: Context, Concepts and Consequences', *McGraw-Hill*, New York.

Haag, S., Cummings, M., & Dawkins, J. 1998, 'Management Information Systems for the Information Age', McGraw-Hill, USA.

Molla, A., & Licker, P.S. 2001, 'E-commerce systems success: an attempt to extend and respecify the Delone and MacLean model IS success', *Journal of Electronic Commerce Research*, vol. 2(4), pp. 131-141

Orbeta, A., C., 2002, 'E-commerce in Southeast Asia: A review of developments, challenges, and issues', in *Information Technology in Asia*, by Yue, Siow, Chia & Lim, Jerome, Jamus, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore, p. 111-146.

Post, G.V, & Anderson, D.L. 2000, 'Management Information Systems', Mc. Graw-Hill, USA.

Tamimi, N., Sebastianelli, R. & Rajan, M., 2005, 'What do online customers value?', Quality Progress, vol. 38(7), pp. 35-39.

Turban, E., & King, D. 2003, 'Introduction to E-commerce', Pearson Education, SA.

Zwass, V 2003, 'Electronic Commerce and organizational innovative: aspects and opportunities', *International Journal of Electronic Commerce*, vol.7(3), pp. 7-37.