

ANALISIS TINGKAT PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI YOGYAKARTA

Oleh:

Femi Kurnia

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

Information and Communication Technology (ICT) is an important factor in this life, especially in business sector. The level of using ICT at SME is giving influent toward the business owner. The aim of this research is to analysis the owner of the facilities and the using of ICT in every SME. The researcher analyzed how far the level in adopting ICT, analyzed every SME in following the ICT training, and also analyzed the planning of using ICT in the future. The Subject of this research is 50 UMKM that stay in Yogyakarta.

The researcher used descriptive statistic in analyzing the data to give the information about the characteristic of the research variable, and gave the general characteristic of the respondents. The result of this research shown that more than 40 respondents said the important of adopting ICT, but only 30 who used computer, 28 used internet, and 25 respondents who followed the training.

Keywords: *Information and Communication Technology (ICT).Small, Medium Enterprise (SME), the level of using ICT*

PENDAHULUAN

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.

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).

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.

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**”.

KAJIAN TEORI

1. Pengertian Teknologi Informasi dan Komunikasi

Menurut *Information Technology Association of America* (ITAA), teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan, atau manajemen sistem informasi berbasis komputer. TI memanfaatkan komputer elektronik dan perangkat lunak komputer untuk mengubah, menyimpan, melindungi, memproses, mentransmisikan, dan memperoleh informasi secara aman (Sutarman, 2009). Ditinjau dari susunan katanya, teknologi informasi dan komunikasi tersusun dari 3 (tiga) kata yang masing-masing memiliki arti sendiri. Kata pertama, teknologi, berarti pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya. Istilah teknologi sering menggambarkan penemuan alat-alat baru yang menggunakan prinsip dan proses penemuan saintifik.

Kata kedua dan ketiga, yakni informasi dan komunikasi, erat kaitannya dengan data. Informasi berarti hasil pemrosesan, manipulasi dan pengorganisasian sekelompok data yang memberi nilai pengetahuan (*knowledge*) bagi penggunanya. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi hubungan saling mempengaruhi di antara keduanya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dan proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya.

2. Mengenal Peralatan TIK

Kata informasi memiliki arti tersendiri dan dalam penerapannya membutuhkan alat atau hardware yang spesifik. Begitu juga dengan kata komunikasi. Sekarang kita mengenal begitu banyak alat komunikasi yang membuat jarak tidak lagi menjadi masalah selama alat komunikasi tersebut tersedia. Informasi dapat ditayangkan atau disampaikan ke suatu tujuan yang jauh menggunakan peralatan-peralatan di bawah ini.

- a. Komputer, yaitu alat yang berguna untuk mengolah data menjadi informasi menurut prosedur yang telah dirumuskan sebelumnya.
- b. Proyektor LCD (*Liquid Crystal Display*), yaitu alat untuk menayangkan informasi yang berasal dari komputer atau media informasi lain seperti DVD Player.
- c. OHP (*Over Head Projector*), yaitu alat untuk menayangkan informasi statis yang tertulis pada plastik transparansi.
- d. Radio, yaitu alat penerima informasi yang berasal dari stasiun pemancar berupa gelombang elektromagnet yang membawa informasi suara.

- e. Televisi, yaitu alat penerima informasi yang berupa gambar dan suara. Televisi berasal dari kata tele (jauh) dan vision (tampak/visual).
- f. Internet, yaitu hubungan antar komputer dalam suatu jaringan global yang memungkinkan setiap komputer saling bertukar informasi.
- g. GPS (*Global Positioning System*), yaitu alat informasi berfungsi menentukan letak, arah atau kecepatan benda yang berada di permukaan bumi.
- h. *Faximile*, yaitu alat untuk mengirim dan menerima dokumen melalui jalur telepon. Dokumen yang dikirim dengan faximile sama persis dengan dokumen asli.
- i. Satelit komunikasi, yaitu benda buatan manusia yang diletakkan di ruang angkasa untuk keperluan telekomunikasi.
- j. Telepon, yaitu alat komunikasi berguna untuk mengirim data suara melalui sinyal listrik.
- k. *Handphone* atau telepon seluler, yaitu alat komunikasi bergerak untuk mengirim data suara. Telepon seluler menggunakan gelombang elektromagnet sebagai media penghantar.
- l. Modem, yaitu perangkat keras yang berfungsi mengubah sinyal digital menjadi sinyal listrik yang dapat merambat melalui telepon, dan sebaliknya. Modem merupakan perangkat penting untuk mengakses Internet.

Sistem Informasi adalah aplikasi komputer untuk mendukung operasi dari suatu organisasi: operasi, instalasi, dan perawatan komputer, perangkat lunak, dan data. "Sistem Informasi" dapat berupa gabungan dari beberapa elemen teknologi berbasis komputer yang saling berinteraksi dan bekerja sama berdasarkan suatu prosedur kerja (aturan kerja) yang telah ditetapkan, dimana memproses dan mengolah data menjadi suatu bentuk informasi yang dapat digunakan dalam mendukung keputusan (Mukhyi dan Mujiyana, 2008).

3. Pengertian dan karakteristik UMKM

Pengertian dan karakteristik usaha mikro, kecil, dan menengah menurut undang-undang no. 20 tahun 2008, adalah:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil, yakni:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria usaha menengah, yakni:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

UKM perlu memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saing perusahaan, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan menjadi sangat kompetitif, dan bersifat global/mendunia, usaha kecil dan menengah (UKM) harus mampu bersaing di tengah persaingan ini, untuk itu diperlukan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dewasa ini TIK menjanjikan solusi bagi banyak permasalahan di dunia usaha.

4. Adopsi TI Oleh UKM

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. TI dapat menjadi kekuatan strategi dan alat bagi organisasi yang memberikan keuntungan pada aspek promosi dan kekuatan daya saing (Buhalis, 2003). Hengst dan Sol (2001) berpendapat bahwa TI memberikan keuntungan bagi organisasi bisnis untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kemampuan organisasi bisnis dalam melakukan koordinasi dengan pihak luar. Namun, beberapa peneliti dengan penelitian yang telah dilakukan mengungkapkan fakta bahwa adopsi TI di UKM masih sangat rendah dari yang diharapkan (Pavic, et al., 2007; Yu, 2006). Di era *knowledge-based economy* saat ini adalah penting bagi UKM untuk melakukan adopsi TI. Karena adopsi TI memberikan kemampuan bagi UKM untuk memberikan layanan yang semakin baik dan daya saing (Apulu & Latham, 2011). TI juga terbukti mempunyai dampak positif pada kinerja organisasi (Maldeni & Jayasena, 2009). Organisasi bisnis modern diperkirakan tidak akan mampu bekerja secara optimal dan dapat memberi dampak yang kurang baik terhadap daya tahan dan pertumbuhan ekonomi secara umum (Berisha-Namani, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Lefebvre, et al., (1999), terdapat empat faktor yang menentukan adopsi teknologi baru oleh UKM, yaitu: (1) karakteristik UKM, (2) strategi dan manajemen kompetisi UKM, (3) pengaruh pihak internal dan eksternal dalam proses pengambilan keputusan adopsi, dan (4) karakteristik teknologi baru yang akan diadopsi.

Hasil Penelitian Terdahulu

1. Peneliti Mohamad Rifqy Roosdhani, Purwo Adi Wibowo, dan Anna Widiastuti (2012) dengan judul "Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Usaha Kecil Menengah di Kab. Jepara". Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tingkat penggunaan TIK pada UKM di lima sentra industri di Kab. Jepara. Dari 2039 anggota populasi diambil sampel sebanyak 94 pengusaha UKM dengan metode *stratified random*

sampling. Hasil dari penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa tingkat penggunaan TIK pada UKM di Jepara pada tingkat sedang, cenderung rendah.

2. Penelitian lainnya ada dari Desak Nyoman Sri Werastuti (2014) dengan judul penelitiannya "Analisis Penggunaan Teknologi Informasi (TI) Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng". Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat penggunaan TI pada UMKM di Kabupaten Buleleng yang mana UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang besar dan potensial di tengah krisis ekonomi.

Beberapa kesimpulan dari deskripsi tingkat penggunaan TI oleh UMKM di kabupaten Buleleng adalah:

1. Tingkat kepemilikan fasilitas dan infrastruktur TI oleh UMKM cenderung rendah.
2. Pemanfaatan TI masih pada hal-hal yang berifat umum belum secara sinergi untuk meningkatkan kinerja atau untuk mendukung pengelolaan usaha secara efisien.
3. Persepsi responden terhadap kemanfaatan TI pada bisnis tinggi.
4. Pengusaha UMKM memiliki minat yang besar dalam mengadopsi TI untuk mengelola bisnis yang dijalankannya.

METODE PENELITIAN

A. Teknik Analisis Data

Teknik analisis kualitatif atau analisis deskriptif dalam penelitian ini pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan dan penyusunan data dalam tabel numerik.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian utama serta data identitas umum/karakteristik demografi responden. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi adalah distribusi frekuensi (frekuensi data dinyatakan dalam ukuran absolut dan proporsi, yang disajikan dalam bentuk tabel numerik), Sedangkan untuk memperjelas dan pembahasan deskripsi data juga akan disajikan dalam bentuk grafik.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner: merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.
2. Wawancara: yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
3. Dokumentasi yaitu pencatatan data yang diperlukan dari sumber-sumber yang telah ditentukan.

C. Populasi dan Sampling

Populasi penelitian adalah UMKM yang berada di beberapa kecamatan yang berada di Kota Yogyakarta, yang meliputi: Kec. Kotagede, Kec. Kraton, Kec. Mantrijeron, Kec. Mergangsan, Kec. Tegal Rejo, Kec. Umbul Harjo dan Kec. Wirobrajan jumlah semua UMKM di Kota Yogyakarta yaitu 2082. Untuk menentukan sampel menurut Rosce dalam buku "*Research*

Methods For Bussiness" (1982:253) pada bukunya Sugiyono "Metode Penelitian Bisnis" (2014) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, maka peneliti mengambil sampel 50 UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.

Teknik sampling yang digunakan yaitu sampling kuota yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Dengan demikian proporsi masing-masing Kecamatan yang diambil sebagai sampel disajikan pada:

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No	Kecamatan	Jumlah Unit Usaha	Proporsi $[\frac{(3)}{\sum(3)} * 100\%]$	Sampel Keseluruhan	Jumlah Sampel (4) x (5)	Jumlah Sampel per Kategori
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Danurejan	575	14,44%	50	7,22	7
2	Gedung Tengen	302	7,58%	50	3,79	4
3	Gondokusuman	236	5,93%	50	2,96	3
4	Gondomanan	133	3,34%	50	1,67	2
5	Jetis	399	10,02%	50	5,01	5
6	Kotagede	573	14,39%	50	7,19	7
7	Kraton	205	5,15%	50	2,57	2
8	Mantrijeron	168	4,22%	50	2,11	2
9	Mergangsan	216	5,42%	50	2,71	3
10	Ngampilan	228	5,72%	50	2,86	3
11	Pakualaman	7	0,18%	50	0,09	0
12	Tegalrejo	299	7,51%	50	3,75	4
13	Umbulharjo	505	12,68%	50	6,34	6
14	Wirobrajan	137	3,44%	50	1,72	2
	Jumlah	3983	100,00%		50	50

Sumber: data sekunder diolah

Berdasarkan tabel di atas terdapat jumlah sampel yang diambil pada masing-masing kecamatan. Sesuai dengan persentase jumlah UMKM yang paling banyak terdapat pada kecamatan Danurejan dan Kotagede, sehingga jumlah sampel yang diambil masing-masing 7 responden. Sedangkan ada 4 kecamatan dengan jumlah responden terkecil yaitu Kecamatan Gondomanan, Kraton, Mantrijeron, Wirobrajan dengan 2 reponden dan ada satu kecamatan yang tidak termasuk dalam pengambilan sampel, karena dalam persentasenya sangat kecil maka kecamatan Pakualaman tidak dijadikan sampel responden.

D. Tahap - Tahap Penelitian

Tahap-tahap untuk menganalisis data adalah sebagai berikut (Moleong, 2011).

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber Penelaahan yang dilakukan yaitu dengan: wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.
2. Reduksi data adalah satu upaya untuk membuat abstraksi. Abstraksi adalah usaha membuat rangkuman inti, proses dan pernyataan tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah dilakukan reduksi data-data tersebut disusun dalam satuan.
3. Kategorisasi berarti penyusunan kategori. Kategori tidak lain adalah salah satu salah satu tumpukan yang disusun atas dasar pemikiran, intuisi, pendapat atau kriteria tertentu. Setelah melakukan wawancara dan observasi, penulis mulai memberi kategori pada data-data yang sudah didapat kemudian disesuaikan dengan pokok penelitian.
4. Pemeriksaan keabsahan data. menguji keabsahan menggunakan teknik triangulasi, adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.
5. Penafsiran data adalah untuk menjawab rumusan masalah yang dilakukan dengan deskripsi analitik, yaitu rancangan dikembangkan dari kategori-kategori yang telah ditemukan dan mencari hubungan yang disarankan atau yang muncul dari data.

E. Definisi Operasional Variabel

1. TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi)

Teknologi informasi dan komunikasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dan proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya.
2. Tingkat Penggunaan TIK / *ICT Use*

Tingkat penggunaan TIK merupakan adopsi teknologi informasi dan komunikasi pada obyek penelitian, yaitu seberapa penting penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pada bisnis dan kegiatannya sehari-hari dengan menerima dan menerapkan adanya teknologi yang membawa kemajuan.
3. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, yakni:

 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
4. Adopsi TI

Adopsi TI adalah proses penerimaan, perubahan perilaku dari adanya teknologi dan informasi yang berupa pengetahuan, sikap, maupun ketrampilah. Adopsi teknologi tidak hanya mengetahui dari datangnya teknologi dan

informasi tapi melaksanakan, menerapkannya dalam bisnis maupun kegiatan sehari-hari.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tingkat penggunaan TIK menunjukkan seberapa tinggi derajat penggunaan TIK dikalangan 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 sosial 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-presentasi 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 dijalkannya. 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 konsumen, 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 Tamansiswa, 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 bantuan 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 dijalkannya 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.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepemilikan fasilitas, pemanfaatan, penggunaan TIK di setiap UMKM, menganalisis sejauh mana tingkat adopsi TIK, menganalisis dari setiap UMKM dalam mengikuti pelatihan pemanfaatan TIK serta menganalisis rencana penggunaan TIK di masa depan. Obyek pada penelitian ini yaitu 50 UMKM yang berada di Kota Yogyakarta.

Teknis analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian

utama serta data identitas umum/karakteristik demografi responden. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut:

1. Fasilitas TIK yang paling banyak digunakan oleh responden yaitu komputer dengan 31 UMKM yang menggunakannya dan handphone yang semua UMKM menggunakannya karena merupakan kebutuhan primer untuk berkomunikasi serta penggunaan internet yang mendukung bisnis yang dijalankan.
2. Manfaat adanya TIK dapat dirasakan oleh UMKM yaitu mempermudah kinerja UMKM seperti untuk mengetik surat, membuat pembukuan/laporan keuangan, mendesain produk dan mengakses internet dan sebagainya.
3. Manfaat yang dapat dirasakan oleh UMKM dari adanya internet yaitu dapat mencari informasi pasar, desain, dan memasarkan secara mudah dan cepat, dapat melakukan transaksi online dan pengiriman dengan cepat.
4. Sebagian besar tingkat adopsi TIK oleh UMKM pada integrasi fungsional yang berorientasi eksternal yaitu sebanyak 22 responden.
5. Tidak semua UMKM mengikuti pelatihan yaitu hanya 25 responden yang mengikuti pelatihan. Pengadakan pelatihan yang terbanyak yaitu dari dinas koperasi.
6. Terdapat 14 UMKM yang berminat membuat website dan 21 responden yang mau mengembangkan websitenya sehingga sebagian dari responden ada yang mau mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan TIK.
7. Lebih dari 40 responden mengatakan bahwa TIK merupakan faktor yang penting/faktor yang diperlukan/faktor yang dibutuhkan dalam mengelola bisnis. Juga faktor mendukung dan meningkatkan kerja dalam usaha. Sedangkan yang menggunakan komputer ada 31 dan yang menggunakan internet ada 28, serta yang mengikuti pelatihan hanya setengahnya yaitu 25 responden. Sehingga tidak konsisten antara pernyataan dari responden tersebut dengan penggunaan TIK pada UMKM tersebut karena berbagai alasan karena kurangnya pemahaman, maupun kurangnya anggaran untuk penggunaan TIK.

B. Saran

1. Saran untuk Lembaga Pemerintah
 - a. Meningkatkan pelatihan pada UMKM manfaat penggunaan TIK lebih intensif.
 - b. Mengadakan pelatihan lebih proaktif terutama dari dinas koperasi, pelatihan yang dilakukan harus tepat sasaran dan aplikatif sesuai kebutuhan.
 - c. Peningkatan penggunaan website untuk promosi UMKM
 - d. Sosialisasi informasi pelaku usaha mengenai fasilitas TIK yang disediakan oleh disperindagkop.
 - e. *Update website* UMKM oleh disperindagkop
2. Saran untuk pelaku UMKM
 - a. Memanfaatkan fasilitas TIK untuk meningkatkan usaha
 - b. Bersedia mengikuti pelatihan mengenai TIK yang diadakan oleh disperindagkop maupun pihak yang lain.
 - c. Adanya konsistensi pada penganggaran untuk penggunaan TIK
3. Saran untuk peneliti selanjutnya
 - a. untuk meneliti kembali dengan jumlah sampel yang lebih banyak

- b. meneliti kembali dengan variabel-variabel lain dengan instrumen-instrumen TIK yang telah terstandarisasi.
- c. Untuk peneliti selanjutnya dengan penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara sehingga mendapatkan gambaran yang lebih luas dan komprehensif.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner secara tertulis akan lebih baik jika dilengkapi dengan wawancara agar mendapatkan gambaran lebih nyata dan luas untuk dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, B., 2008, Penerapan TI Memperkuat UKM India, <http://bambangriadi.com/br/2008/10/penerapan-ti-memperkuat-ukm-india/>, di akses tanggal 29 September 2015 jam 13.10
- Adeosun, O., Adeosun, T.H., and Adetunde, I.A., Strategic Application of Information and Communication Technology for Effective Service Delivery in Banking Industry. *Journal of Social Science*, 5(1), 47-51. 2009.
- Astuti M, Hana C. Dkk. 2014. "Analisis Hubungan Produktifitas dengan *Technology Content* pada Usaha Kecil & Menengah (UKM)". *Spektrum Industri*, 2014, Vol. 12, No. 1, - 112
- Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta (<http://jogjakota.bps.go.id>). Kota Yogyakarta Dalam Angka 2015. Di akses tanggal 05 mei 2016 jam 13.30
- Desak Nyoman S.W "Analisis penggunaan teknologi informasi (TI) untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng" jurnal manajemen & akuntansi STIE Triatmaja Mulya Vol 20, No. 1 Juni 2014, hlm. 40-55
- Edy S.H & Y. Sri Susilo "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta" *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 12, Nomor 1, Juni 2011, hlm. 45-55
- HarianJogja. 2016. UMKM DIY Tumbuh Hingga 10% Per Tahun (online). (<http://www.harianjogja.com/baca/2016/01/19/usaha-kecil-menengah-umkm-diy-tumbuh-hingga-10-per-tahun-682072>, diakses tanggal 29 Agustus 2016)
- Hermana, B, 2006, Internet Untuk Usaha Kecil, Kenapa Tidak?, <http://bhermana.staff.gunadarma.ac.id.>, di akses pada tanggal 29 september 2015 jam 13.30
- M. Rifqi Roosdhani, Purwo A.P & Anna Widiastuti "Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kab Jepara" *Jurnal Dinamika Ekonomi & bisnis* Vol. 9 No. 2 Oktober 2012, hlm 89-104

- Mukhyi, M.A. dan Mujiyana, 2008, Penerapan Teknologi Sistem Informasi dan Teknologi Tepat Guna Pada Usaha Kecil Menengah, Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008) Auditorium Universitas Gunadarma. Depok.
- Prabandari, S.P. & Azzuhri. 2011. "Efektivitas Penggunaan E-Commerce sebagai Penunjang Aktivitas Bisnis pada UKM di M Malang Raya". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 9/No. 2/ Maret 2011.
- Roosdhani, Wibowo et.all. 2012. Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Usaha Kecil Menengah Di Kab. Jepara. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis Vol. 9 No. 2*
- Santoso A. F, Supriana et.all. 2014. "Knowledge Management di UKM" . *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan (ISSN 2407-3911) Volume 1 No.1*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahjono, Heru Kurnianto, Tri Maryati, and Fauziyah Fauziyah. "Intensi Mahasiswa Yogyakarta Berwirausaha Berbasis Teknologi Informasi (TI)." *Jurnal Siasat Bisnis* 17.1 (2015): 17-27.
- TribunJogja. <http://jogja.tribunnews.com/2015/04/07/umkm-kota-yogya-belum-siap-hadapi-mea-2015> di akses tanggal 03 Maret 2016 jam 19.50
- Utami, A.D. & Triyono, R.A. 2012. "Pemanfaatan Blackberry sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online dengan Sistem Dropship di Batik Solo 85". *Indonesian Journal on Computer Science Speed FTI UNSA*. Vol. 9 No. 3/ Desember 2012.
- Waspada I., Winarti E. 2012. "Peran IT Infrastructure Library Bagi Daya Saing UKM di Indonesia". *Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang*.
- Werastuti D.N.S. 2014. "Analisis Penggunaan Teknologi Informasi (TI) untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Kabupaten Buleleng". *Jurnal Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya*, Vol 20, no. 1 Juni 2014.

