

Model Penerapan Informasi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kota Palembang

Fetty Maretha¹, Sepriansyah², Ahmad Ari Gunawan³
Politeknik Negeri Sriwijaya

Korespondensi: fettymareth01@gmail.com

Diserahkan: 18 Juli 2018, Direvisi: 25 Agustus 2018, Diterima: 15 September 2018

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah membuat model penerapan informasi pada UKM di Kota Palembang yang baru berdiri tiga tahun. Jenis Penelitian ini adalah kualitatif berupa analisa (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang disingkat SWOT. Jumlah responden sampel sebanyak 116 orang pelaku/pemilik UKM di Kota Palembang yang baru berjalan selama tiga tahun dan memiliki hasil penjualan maksimal Rp300.000.000/tahun. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlunya komitmen pemilik UKM, karena akan menguatkan konsep analisis kebutuhan pemanfaatan teknologi informasi. Zona informasi *broadscope* diperlukan untuk memperhatikan pesaing, kematangan perencanaan keuangan masa depan, dan untuk memperkuat keunikan usaha. Setelah hal tersebut dipenuhi maka dilakukan implementasi teknologi informasi dan digitalisasi marketing yang nantinya akan menunjang efisiensi operasional usaha dan peningkatan strategi pemasaran. Pada posisi inilah zona peran pihak eksternal, peran penting berbagai pihak diperlukan. Hasil akhirnya adalah peningkatan pada kinerja UKM yang ditunjang oleh kuatnya orientasi kewirausahaan para pemilik usaha.

Kata Kunci: Model, Penerapan Informasi, broadscope, UKM

Abstract

The purpose of this study was to create a model for applying information to SMEs in the city of Palembang, which had only been established for three years. This type of research is qualitative in the form of analysis (strengths), weaknesses (weaknesses), opportunities (opportunities), and threats (threats) abbreviated as SWOT. The number of respondents was 116 people who were perpetrators / owners of SMEs in the city of Palembang, which had only been running for three years and had a maximum sales of Rp300,000,000 / year. Data collection techniques in the form of interviews and observations. The results of the study show that there is a need for the commitment of SME owners, because it will strengthen the concept of analyzing the need for information technology utilization. The broadscope information zone is needed to pay attention to competitors, maturity of future financial planning, and to strengthen business uniqueness. After this has been fulfilled, the implementation of information technology and marketing digitalization will be carried out which will support business operational efficiency and increase marketing strategies. In this position the role of external parties, the important role of various parties is needed. The end result is an increase in SME performance which is supported by the strong entrepreneurial orientation of business owners.

Keywords: Model, Application of Information, broadscope, UKM

A. PENDAHULUAN

Secara umum UKM sendiri menghadapi dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan masalah nonfinansial (organisasi manajemen). Masalah yang termasuk dalam masalah finansial diantaranya adalah (Urata, 2000): a) Kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UKM, b) Tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UKM, c) Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil, d) Kurangnya akses ke

sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai, e) Bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi, f) Banyak UKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan financial. Jika dibayangkan, secara umum saja permasalahan yang dihadapi UKM seperti hal tersebut di atas, maka bagaimana dengan UKM yang baru berdiri atau usahanya baru berjalan selama tiga tahun. UKM yang baru berdiri rentan dengan berbagai permasalahan dominan baik internal maupun eksternal antara lain: kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pasar, penguasaan teknologi, keterbatasan modal, permasalahan pada kualitas produk dan SDM serta lain sebagainya. Apalagi jika membahas tentang keterbatasan akses informasi pada UKM. Padahal informasi merupakan salah satu komponen sangat penting karena merupakan input dasar dalam setiap pengambilan keputusan, oleh karena itu informasi haruslah relevan, tepat waktu, akurat dan lengkap. Jenis informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan tidak akan sama dengan perusahaan lain hal tergantung ukuran dan jenis perusahaan serta keragaman bidang usahanya (Bastian dan Suhardjono, 2006). Apalagi terkait dengan keluasan dan kelengkapan informasi atau *broadscope information*. UKM yang baru berdiri akan membutuhkan intensitas *broadscope information* dibandingkan dengan usaha yang sudah stabil karena pola yang terbentuk saat awal usaha akan mempengaruhi perkembangan usaha selanjutnya.

Irish Management Institute melakukan studi penggunaan komputer pada UKM di negara-negara European Economic Community (EEC). Irish Management Institute menemukan bahwa manfaat komputerisasi telah dinyatakan terutama dalam terminologi kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan terdapat korelasi antara kemampuan menghitung manfaat dan pendekatan terhadap pengembangan perencanaan Sistem Informasi. Semua perusahaan sampel telah melakukan perbaikan sebelum melakukan komputerisasi dengan melakukan studi kelayakan sebelumnya dalam rangka menghitung manfaatnya, sementara yang lainnya menyatakan manfaat dalam terminologi kualitatif yang umum. Sejumlah UKM menyatakan bahwa penggunaan Sistem Informasi atau Teknologi Informasi (SI/TI) telah membawa perbaikan yang jelas dalam hal penurunan biaya dan peningkatan keuntungan. SI/TI memberikan manfaat bagi UKM sebagai berikut: memperbaiki dan meningkatkan produktivitas dan kinerja usaha, kontrol operasi internal yang lebih baik, kemungkinan cara-cara baru dalam pengelolaan usaha, kemungkinan bentuk organisasi yang baru, nilai tambah atas produk/layanan yang dihasilkan; dan membuka pasar yang lebih luas. Penelitian Herdiansyah dan Prastiwi (2012) menghasilkan bahwa keputusan yang didasari oleh informasi yang berkualitas akan berdampak kepada peningkatan kinerja manajerial.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*) pada UKM yang baru berdiri atau usahanya baru berjalan selama tiga tahun yang selanjutnya akan membuat model penerapan informasi pada UKM tersebut. SWOT menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusi masing-masing faktor tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model penerapan informasi pada UKM di Kota Palembang.

B. LANDASAN TEORI

1. Informasi *Broadscope*

Chenhall dan Morris (1986) menyatakan karakteristik informasi yang bermanfaat menurut persepsi manajer, yakni: *broadscope*, *timeliness*, dan *aggregate*. Informasi yang bersifat lingkungannya luas (*broadscope*) merupakan informasi yang mengandung dimensi fokus, time horizon dan kuantifikasi. Pihak manajemen membutuhkan informasi dari berbagai sumber yang sifatnya luas dan lengkap. Informasi *broadscope* juga memberikan informasi factor-faktor eksternal dan internal perusahaan, informasi non-ekonomi, ekonomi, estimasi kejadian yang mungkin terjadi dimasa akan datang, informasi yang berhubungan dengan aspek-aspek lingkungan (Chenhall dan Morris 1986).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan penilaian atas hasil identifikasi situasi, digunakan dalam rangka menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau bahkan ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan perusahaan dimana perusahaan membutuhkan penilaian atas kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang akan mempengaruhi proses pencapaian tujuan perusahaan. Analisa SWOT akan memberikan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama, dan kelemahan tambahan berdasar analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Alma, dan Priansa, 2009).

Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009). Analisis tersebut berdasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). *Strengths* merupakan sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani perusahaan atau yang diharapkan dapat dilayani. *Weakness* merupakan keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. *Opportunity* (bagian analisis lingkungan eksternal perusahaan) yang membantu manajemen mencari dan mengetahui apa saja yang dapat menjadi peluang dan kesempatan bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan yang lebih banyak/meningkat terus. *Threats* (bagian analisis lingkungan eksternal perusahaan) yang membantu manajemen mengetahui tantangan yang akan dan telah dihadapi perusahaan yang timbul karena adanya suatu kecenderungan atau perkembangan yang tidak menguntungkan di luar perusahaan.

3. Usaha Kecil dan Menengah

Usaha Kecil menurut UU No. 9/1995 adalah usaha yang memenuhi kriteria: a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha b). Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 miliar c) Milik WNI d) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak organisasi atau cabang organisasi yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar e) Terbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Sedangkan BPS juga membagi jenis UKM berdasarkan besarnya jumlah pekerja, yaitu: a) kerajinan rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja di bawah 3 orang termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar b) usaha kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 - 9 orang c) usaha menengah, sebanyak 20-99 orang.

4. Penggunaan Sistem dan Teknologi Informasi pada UKM

Hasil penelitian Caldeira (2003) terhadap sejumlah UKM di Portugal menyimpulkan bahwa dua faktor penentu kesuksesan pengadopsian dan pengimplementasian sistem Informasi/ teknologi informasi SI/TI, yaitu faktor primer dan sekunder. Faktor primer terdiri dari: a) Perspektif dan sikap manajemen atas pengadopsian dan penggunaan SI/TI; b) Pengembangan kompetensi SI/TI di internal perusahaan. Faktor sekunder terdiri dari: a) Ketersediaan sumber daya keuangan pada perusahaan; b) Ketersediaan dan kualitas SDM; c) Kualitas perangkat lunak yang ada di pasaran; d) Kualitas keahlian dan pelayanan SI/TI eksternal yang ada; e) Jenis SI/TI yang akan diimplementasikan; f) Definisi tujuan SI/TI; g) Waktu pengadopsian SI/TI; h) Sikap pengguna; i) Hubungan kekuasaan di antara staf perusahaan; j) Dukungan penjual (vendor) SI/TI; k) Tekanan bisnis untuk mengadopsi SI/TI; l) Pelatihan SI/TI; dan l) Staf yang terlibat dalam proses pengembangan SI/TI.

Secara umum terdapat beberapa kendala yang menghalangi pelaku UKM mengambil manfaat dari penerapan TI dan sebagian kendala hanya ada dalam pikiran pelaku/pemilik usaha termasuk persepsi biaya tinggi komputer, kerusakan perangkat lunak, dan adanya staf yang memiliki keahlian yang dibutuhkan, tetapi ada kendala yang menghentikan pelaku UKM dalam menggunakan TI, yakni: a) Biaya tinggi dari perangkat lunak dan pelatihan komputer, b) . Ketersediaan dukungan perangkat lunak; c) Staf dengan keterampilan komputer terlalu mahal; d) Masalah dengan pasokan listrik; e) Perangkat lunak banyak kelemahan; f) Sambungan telepon/ modem mudah rusak; g) Perangkat lunak yang cocok tidak tersedia untuk semua aplikasi; h) Pelatihan komputer tidak tersedia di semua bidang; dan i) Staf terlatih meninggalkan perusahaan (Maksoud 2003)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara dan observasi. Wawancara digunakan untuk menemukan letak permasalahan secara lebih luas dan terbuka dengan cara meminta pendapat pihak terkait. Adapun yang menjadi objek wawancara adalah pada pemilik atau pelaku dari UKM terkait. Sedangkan observasi merupakan kegiatan pengamatan di lokasi penelitian yakni kondisi usaha para pelaku/pemilik UKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku/pemilik UKM yang terletak di Kota Palembang yang terdaftar di Kementerian Koperasi dan UKM. Adapun jumlah responden sampel sebanyak 116 orang pelaku/pemilik UKM yang baru berdiri tiga tahun dan memiliki hasil penjualan maksimal Rp300.000.000/tahun.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan 116 responden sampel pemilik/pelaku UKM di Kota Palembang, didapatkan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan untuk usaha mereka yang baru berjalan selama tiga tahun atau baru berdiri tiga tahun. Berdasarkan informasi yang didapat maka peneliti mengajukan model penerapan informasi UKM di Kota Palembang dikembangkan berdasarkan pemetaan

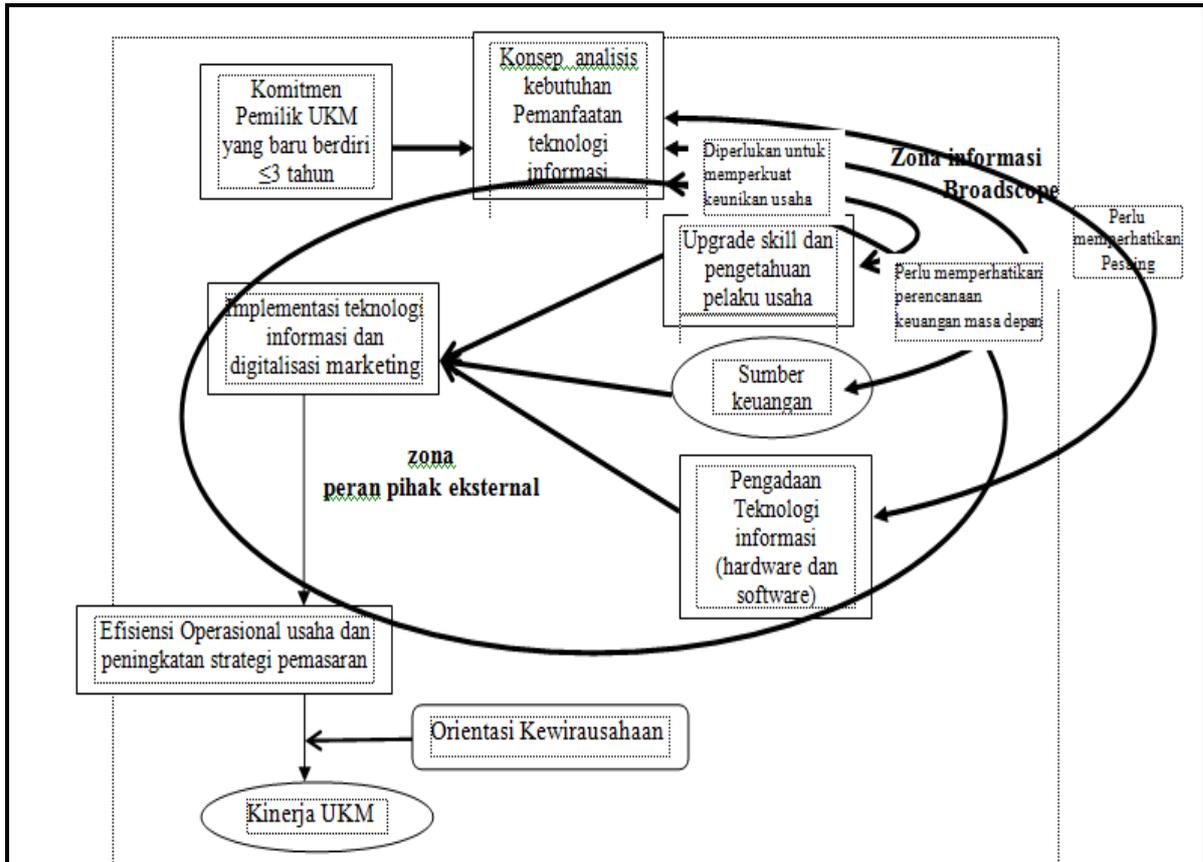
SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, And Threats). Berikut ini adalah hasil SWOT yang dikembangkan bersumber dari wawancara dan kuesioner penelitian yang disebar ke para pelaku UKM/pemilik UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun. Selanjutnya hasil ini menjadi acuan dalam pembuatan model penerapan informasi pada UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun. Adapun hasil analisis SWOT disajikan pada Tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

<u>Kekuatan (Strengths)</u>	<u>Kelemahan (Weaknesses)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen yang cukup kuat dari pemilik UKM untuk memanfaatkan dan mengelola teknologi informasi dalam menjalankan usaha/bisnis 2. Para pelaku usaha/pemilik UKM masih tergolong mudah berumur antara 24-25 tahun. 3. Usaha yang dijalankan tidak tergantung pada pihak lain. 4. Telah memiliki pengetahuan memadai tentang pemanfaatan sosial media dalam pemasaran/penjualan. 5. IT yang sdh ada telah dimanfaatkan dengan memadai 6. Biaya operasional UKM masih tergolong kecil 7. Pemilik UKM menguasai IT secara memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada arah pengembangan teknologi informasi 2. Organisasi dan pemanfaatan teknologi informasi saat ini masih belum sinergis dan masih mencari pola yang tepat (masih trial and error) 3. Hardware yang digunakan masih dengan spesifikasi rendah 4. Sistem operasional bisnis masih banyak dilakukan secara manual sehingga informasi dan komunikasi lamban dan multi persepsi serta terjadi inefisiensi. 5. Mutu dan skill SDM yang ada saat ini masih kurang ditunjukkan dengan tingkat pendidikan dominan adalah SMA/ sederajat 6. Kurangnya sumber keuangan untuk mendukung pengembangan IT 7. terbatasnya penggunaan IT seperti internet sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan efisiensi usaha rendah

<u>Peluang (Opportunities)</u>	<u>Tantangan/Hambatan (Threats)</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuan teknologi informasi yang canggih dan berdayaguna 2. Dukungan pemerintah propinsi dan pemerintah pusat melalui kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Komunikasi dan dan Informasi 3. Banyak sumber dan narasumber untuk proses pembelajaran di bidang teknologi informasi dan komunikasi (yang tanpa harus membayar mahal bahkan diperoleh secara gratis) bahkan dapat dengan mudah diperoleh melalui pembelajaran di google dan youtube. 4. Terdapat tenaga ahli yang kompeten dalam bidang pengembangan sistem informasi untuk UKM yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UKM. 5. Teknologi informasi secara langsung maupun tidak langsung memberikan dampak positif pada peningkatan daya saing UKM di masa yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat yang menyebabkan teknologi informasi yang diterapkan semakin pendek (baik hardware maupun software). 2. perkembangan teknologi terutama e-Commerce yang sudah masuk ke industri kecil 3. Persaingan yang semakin ketat di sektor UKM dengan produk dan layanan sejenis. 4. Penyediaan data/informasi yang tidak berkualitas akan menurunkan kinerja UKM. 5. Harga infrastruktur IT yang relatif tidak stabil bahkan cenderung mahal 6. Software yang bagus selalu menuntut hardware yang canggih 7. Kurangnya penguasaan pemanfaatan teknologi informasi

Berdasarkan hasil SWOT pada tabel diatas, maka dikembangkanlah model penerapan informasi pada UKM sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penerapan Informasi pada UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun di Kota Palembang

Dalam model digambarkan perlunya komitmen pemilik UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun, komitmen ini akan menguatkan konsep analisis kebutuhan pemanfaatan teknologi informasi, dengan komponen yang harus dipenuhi adalah: peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha, sumber keuangan, dan pengadaan teknologi (baik hardware dan software). Zona informasi *broadscope* diperlukan untuk memperhatikan pesaing, kematangan perencanaan keuangan masa depan, dan untuk memperkuat keunikan usaha.

Setelah hal tersebut dipenuhi maka dilakukan implementasi teknologi informasi dan digitalisasi marketing yang nantinya akan menunjang efisiensi operasional usaha dan peningkatan strategi pemasaran. Pada posisi inilah zona peran pihak eksternal, peran penting berbagai pihak (Pemerintah Deperindag, Dinas Pendidikan, Dinas Tenaga Kerja, Bappenas, Dinas Koperasi dan PPK, Depkeu, Bapedda dan Dinas Tata Kota, Dinsos, dan sebagainya), Lembaga Swasta dan perorangan, LSM, Lembaga Penelitian di Perguruan Tinggi, Asosiasi Pengusaha Kecil, Perbankan, dan pihak terkait lainnya) diperlukan. Hasil akhirnya adalah peningkatan pada kinerja UKM yang sangat perlu ditunjang oleh kuatnya orientasi kewirausahaan para pelaku usaha/pemilik UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun.

E. PENUTUP

Dalam model Penerapan Informasi pada UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun di Kota Palembang digambarkan perlunya komitmen pemilik UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun, komitmen ini akan menguatkan konsep analisis kebutuhan pemanfaatan teknologi informasi. Zona informasi *broadscope* diperlukan untuk memperhatikan pesaing, kematangan perencanaan keuangan masa depan, dan untuk memperkuat keunikan usaha. Setelah hal tersebut dipenuhi maka dilakukan implementasi teknologi informasi dan digitalisasi marketing yang nantinya akan menunjang efisiensi operasional usaha dan peningkatan strategi pemasaran. Pada posisi inilah zona peran pihak eksternal, peran penting berbagai pihak diperlukan. Hasil akhirnya adalah peningkatan pada kinerja UKM yang sangat perlu ditunjang oleh kuatnya orientasi kewirausahaan para pelaku usaha/pemilik UKM yang baru berdiri kurang dari 3 tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian, Indra dan Suhardjono. 2006. Akuntansi Perbankan. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Caldeira, Mario M. and John M. Ward. 2003. "Using Resource-based Theory to Interpret the Successful Adoption and Use of Information Systems and Technology in Manufacturing Small and Medium-sized Enterprises." *European Journal of Information Systems*, 12, 127-141.
- Chenhall, R. H. and Morris. 1986. "The Impact of Structure, Environment and Interdependence on the Perceived Usefulness of Management Accounting System", *The Accounting Review*. Vol.6, No.1.
- Herdiansyah, Singgih dan Andri Prastiwi. 2012. Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dan Desentralisasi terhadap Kinerja Manajerial dengan ketidakpastiaan Lingkungan sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* Vol. 4 No. 2, Universitas Diponegoro.
- Maksoud, Samer Sayed Abdel and Mohamed Abdel Aziz Youssef. 2003. *Information and Communication Technology for Small and Medium Enterprises in Egypt (Case Study)*. Cairo: SME Development Unit Ministry of Foreign Trade Egypt.
- Rangkuti, Freddy.,2009. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Urata, Shujiro. Policy Recommendation for SME Promotion in the Republic of Indonesia, JICA Senior Advisor to Coordination Minister of Economy, Finance and Industri, Jakarta, 2000. Hlm 5-13.