

PERANAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL MENENGAH

Arief Rahmana

¹Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyatama
Jl. Cikutra No. 204A Bandung 40125
Telp. (022) 7275855 ext. 132, Faks. (022) 7274010
E-mail: arief.rahmana@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UKM. Disamping itu, UKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. Studi empirik menunjukkan bahwa UKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan. Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran. Dalam era ekonomi global saat ini, UKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya. Salah satu faktor penting yang akan menentukan daya saing UKM adalah teknologi informasi (TI). Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Studi kasus di Eropa juga menunjukkan bahwa lebih dari 50% produktivitas dicapai melalui investasi di bidang TI. UKM dikatakan memiliki daya saing global apabila mampu menjalankan operasi bisnisnya secara reliable, seimbang, dan berstandar tinggi.

Kata Kunci: UKM, Teknologi Informasi, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Husband and Purnendu, 1999; Mahemba, 2003; Tambunan, 2005). Usaha kecil penting untuk dikaji karena mempunyai peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi pada skala nasional dan regional. Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UKM (Lin, 1998). Disamping itu, UKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2005). Studi empirik menunjukkan bahwa UKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan (Olomi, 1999; Lin, 1998; Westhead and Cowling, 1995). Kontribusi UKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran

Di Indonesia UKM mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan, hal ini ditunjukkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 yang dinyatakan bahwa untuk memperkuat daya saing bangsa, salah satu kebijakan pembangunan dalam jangka panjang adalah memperkuat perekonomian domestik berbasis keunggulan masing-masing wilayah menuju keunggulan kompetitif. Perwujudan kebijakan ini dapat dilakukan salah satunya adalah melalui pengembangan UKM. Selain itu, dikeluarkannya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 tentang Percepatan Pengembangan Sektor Riil

dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), menunjukkan makin kuatnya posisi UKM dalam kebijakan pembangunan nasional. Persoalan mendasar dari hal tersebut adalah bagaimana implementasi kebijakan-kebijakan tersebut, sehingga UKM di Indonesia betul-betul menjadi pelaku ekonomi yang mempunyai kontribusi besar dalam memperkuat perekonomian domestik.

Berdasarkan penelitian *The Hongkong and Shanghai Banking Corporation* (HSBC) pada tahun 2007, UKM di Indonesia sangat optimis untuk terus dikembangkan karena sekitar 64% pengusaha UKM di Indonesia mempunyai niat untuk menambah investasi pengembangan bisnis dan sekitar 44% pengusaha UKM di Indonesia mempunyai rencana untuk menambah tenaga kerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa UKM di Indonesia merupakan barometer dari kesehatan ekonomi suatu negara. Penelitian ini lebih menegaskan kembali bahwa UKM di Indonesia telah menunjukkan perannya dalam penciptaan atau pertumbuhan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Menurut Kementerian Negara Koperasi dan UKM (2007) menyatakan bahwa pada tahun 2006 kontribusi UKM dalam penciptaan nilai tambah nasional sebesar Rp 1.778,75 triliun atau sebesar 53,3 persen dari PDB nasional dengan laju pertumbuhan PDB tahun 2005-2006 adalah sebesar 5,40 persen. Begitu pula penelitian Rafinaldi (2004) menyatakan bahwa UKM Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga

kerja, yaitu sebesar lebih dari 50% dari total serapan nasional. Kontribusi ini menunjukkan bahwa UKM di Indonesia mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional (Prawirokusumo, 2001).

Sementara itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh AKATIGA, *the Center for Micro and Small Enterprise Dynamic* (CEMSED), dan *the Center for Economic and Social Studies* (CESS) pada tahun 2000, menunjukkan bahwa karakteristik UKM di Indonesia adalah mempunyai daya tahan untuk hidup dan mempunyai kemampuan untuk meningkatkan kinerjanya selama krisis ekonomi.

Basri (2003) mengemukakan bahwa UKM di Indonesia dapat bertahan di masa krisis ekonomi disebabkan oleh 4 (empat) hal, yaitu : (1) Sebagian UKM menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*), khususnya yang tidak tahan lama, (2) Mayoritas UKM lebih mengandalkan pada *non-banking financing* dalam aspek pendanaan usaha, (3) Pada umumnya UKM melakukan spesialisasi produk yang ketat, dalam arti hanya memproduksi barang atau jasa tertentu saja, dan (4) Terbentuknya UKM baru sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal.

Namun untuk menghadapi krisis ekonomi global dan perdagangan bebas multilateral (WTO), regional (AFTA), kerjasama informal APEC, dan ASEAN Economic Community (AEC) pada tahun, UKM dituntut untuk melakukan perubahan guna meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang. Salah satunya adalah dengan cara menggunakan teknologi informasi (TI).

Penggunaan TI dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Studi kasus di Eropa juga menunjukkan bahwa lebih dari 50% produktifitas dicapai melalui investasi di bidang TI. UKM dikatakan memiliki daya saing global apabila mampu menjalankan operasi bisnisnya secara reliable, seimbang, dan berstandar tinggi.

2. USAHA KECIL MENENGAH

2.1 Definisi

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), dan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu,

Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Pada tanggal 4 Juli 2008 telah ditetapkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UKM yang disampaikan oleh Undang-undang ini juga berbeda dengan definisi di atas. Menurut UU No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) 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; dan (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).

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) 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; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2 Klasifikasi UKM

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

- Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
- Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan
- Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)Persamaan

3. TEKNOLOGI INFORMASI

Istilah teknologi informasi (TI) mulai populer di akhir tahun 70-an. Pada masa sebelumnya istilah teknologi informasi biasa disebut teknologi komputer atau pengolahan data elektronik (*electronic data processing*). Teknologi informasi didefinisikan sebagai teknologi pengolahan dan penyebaran data menggunakan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*), komputer, komunikasi, dan elektronik digital.

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Dengan demikian, secara umum teknologi informasi dapat diartikan sebagai suatu subyek yang luas yang berkenaan tentang teknologi dan aspek lain tentang bagaimana melakukan manajemen dan pemrosesan pengolahan data menjadi informasi. Teknologi informasi ini merupakan subsistem dari sistem informasi (*information system*). Terutama dalam tinjauan dari sudut pandang teknologinya.

4. KONSEP DAYA SAING

Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Kemampuan ini sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Secara berjenjang, suplai tepat waktu dan harga yang kompetitif dipengaruhi oleh dua faktor penting lainnya, yaitu fleksibilitas (kemampuan untuk melakukan adaptasi terhadap keinginan konsumen) dan manajemen differensiasi produk.

Begitu pula halnya dengan fleksibilitas dan differensiasi produk dapat dicapai sepanjang adanya kemampuan untuk melakukan inovasi dan adanya efektivitas dalam sistem pemasaran. Korelasi antara faktor-faktor tersebut di atas disajikan pada gambar 1.

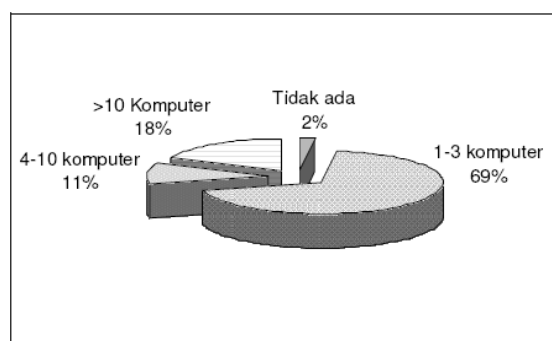
Di samping itu, berdasarkan gambar di atas, daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan dan memperluas akses pasar. Hal ini akan bermuara kepada peningkatan omzet penjualan dan profitabilitas perusahaan.



Gambar 1. Konsep Daya Saing

5. CONTOH APLIKASI TI DI UKM

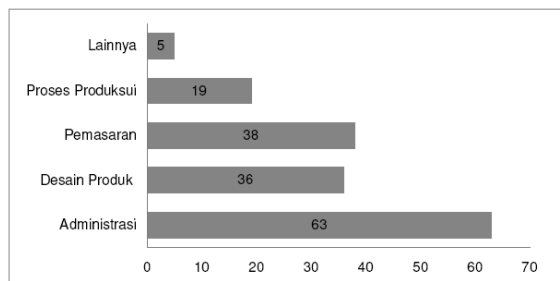
Berdasarkan hasil penelitian tentang penggunaan TI di UKM, diantaranya adalah (a) banyaknya komputer yang dimiliki oleh UKM, (b) bidang penggunaan TI di UKM, dan (c) level penggunaan internet di UKM. Berkaitan dengan poin (a), pada dasarnya setiap UKM telah memiliki komputer untuk membantu proses usahanya dengan komposisi 1 s.d. 3 sekitar 69%, 4 s.d. 10 sebesar 11%, lebih dari 10 sebesar 18%, dan hanya 2% UKM yang tidak memiliki komputer. UKM yang memiliki komputer dalam membantu sistem usahanya, berarti mereka telah memahami pentingnya TI untuk meningkatkan produktivitas UKM yang nantinya akan bermuara pada pembentukan UKM yang berdaya saing. Persentase tentang hal ini tersaji pada gambar 2.



Gambar 2. Jumlah komputer yang dimiliki UKM

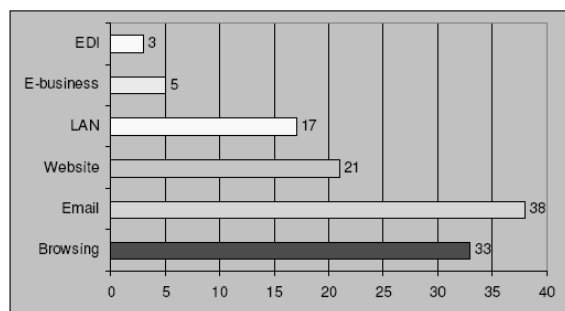
Bidang penggunaan TI cukup bervariasi. Hampir seluruh UKM telah menggunakan TI untuk

administrasi. Penggunaan TI untuk desain produk dan pemasaran juga cukup banyak dilakukan, sedangkan penggunaannya untuk proses produksi masih terbilang rendah dibanding bidang lainnya. Klasifikasi bidang yang menggunakan TI di UKM dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Bidang penggunaan TI di UKM

Dalam hal penggunaan teknologi internet, banyak menggunakannya untuk melakukan browsing, sedangkan UKM subsektor kerajinan dan komponen otomotif lebih banyak menggunakan email. Sebagian besar KM di setiap subsektor memakai email terutama dalam berkomunikasi dengan konsumen. Klasifikasi penggunaan TI di UKM dapat dilihat pada gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Level penggunaan internet di UKM

Fungsi penggunaan internet sebagai media teknologi informasi dalam menunjang proses bisnis UKM adalah seperti berikut ini:

5.1 Komunikasi

Internet digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak. Misalnya di sini antara UKM dengan supplier. Sebagai contoh UKM di bidang peternakan ayam. Pemiliknya bisa menggunakan e-mail kepada supplier pakan ternaknya misalnya untuk melakukan order atau sebaliknya pihak supplier yang melakukan komunikasi dengan UKM. Komunikasi disini bisa bermacam-macam, salah satu yang sudah dibahas tadi misalnya penggunaan e-mail.

5.2 Promosi

Internet dapat digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UKM.

Sebagai contoh misalnya UKM di bidang rent car (persewaan kendaraan) bisa mempromosikan jasanya melalui website atau juga melalui *mailing list*. Promosi melalui internet disini bisa dilakukan melalui berbagai cara yaitu:

- Website**, UKM bisa membuat website bagi jasa atau produk yang akan dijual dan masukkan website tersebut ke dalam search engine.
- Mailing list**, UKM bisa mengirimkan promosi jasa atau produk Anda dalam bentuk e-mail ke *mailing list* yang relevan dengan yang ditawarkan.
- Chat**, UKM bisa menggunakan sarana *chatting* untuk menawarkan produk atau jasa

5.3 Riset

Fungsi lain dari internet yang tidak kalah pentingnya adalah untuk melakukan riset dan perbandingan. UKM harus memanfaatkan internet untuk riset agar bisa mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya dibanding produk sejenis lain yang sudah ada. Fungsi riset disini juga bisa digunakan untuk mencari formula baru untuk memperkuat mutu dari produk atau jasa. Riset juga berguna untuk mengetahui apa yang sedang dikerjakan oleh kompetitor dengan produk yang sejenis.

6. KESIMPULAN

UKM perlu memanfaatkan TI untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya.

PUSTAKA

- Husband, S. and Purnendu, M. (1999), "A Conceptual Model for Quality Integrated Management in Small and Medium Size Enterprise", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 16 No. 7, pp. 699-713.
- Lin, C.Y. (1998), "Success Factors of Small-and-Medium-Sized Enterprises in Taiwan : An Analysis of Cases", *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, No,4, pp. 43-65
- Mahemba, C. M. (2003), Innovation Management Practices of Small and Medium Scale Enterprises In Tanzania, *PhD Dissertation*, University of Twente, Enschede.
- Olomi, D.R. (1999b), "Scope and Role of Research on Entrepreneurship and Small Business Development", in *African Entrepreneurship and Small Business Development*, Ed.

- Rutashobya, L.K. and Olomi, D.R., DUP(1996)
LTD : Dar es Salaam, pp. 53-63
- Prawirokusumo, S. (2001), *Ekonomi Rakyat: Konsep, Kebijakan, dan Strategi*, BPPE, Yogyakarta.
- Tambunan, T. (2005), "Promoting Small and Medium Enterprises with a Clustering Approach: A Policy Experience from Indonesia", *Journal of Small Business Management*, Vol 43 No. 2, pp.138-154.
- Westhead, P. And Cowling, M. (1995), "Employment Change in Independent Owner-Managed High-Technology Firms in Great Britain", *Small Business Economics*, Vol 7, No. 2, pp.111-140.