

Kajian Penerapan Teknologi Informasi Pada UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Lokal

Hanifa Nurcahya¹⁾, Sali Alas Majapahit²⁾
Universitas Pasundan
Jln. Dr. Setiabudhi No. 193, Bandung 40153
e-mail: nurcahyahanifa@gmail.com, sali@unpas.ac.id

Abstrak

Sektor UMKM dinilai mampu menyerap tenaga kerja cukup besar sekaligus menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, serta memberi peluang untuk meningkatkan daya saing di tingkat nasional maupun global. Hal ini menjadi pemicu bagi pelaku usaha untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi informasi bagi kemajuan usahanya, tak terkecuali di lini mikro kecil menengah. Hal tersebut memudahkan UMKM dalam menyimpan, mengelola dan mendistribusikan informasi yang ada. Dengan adanya bantuan teknologi, maka UMKM dapat memperluas pasar untuk produknya. Penelitian ini membahas tentang kajian penerapan teknologi informasi pada UMKM sebagai upaya memperluas pasar produk lokal. Adapun luaran yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebuah model yang dapat dijadikan masukan untuk prospek pengembangan sistem selanjutnya.

Kata kunci: UMKM, Teknologi Informasi, Pasar, Produk Lokal

1. Pendahuluan

Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani Indrawati dalam *World Islamic Economic Forum* (WIEF) 2016 mengatakan, bahwa sektor UMKM sudah terbukti menjadi sektor yang kuat ketika terjadi guncangan terhadap ekonomi, selain itu UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, karena sekitar 99% aktivitas bisnis di Indonesia adalah UMKM yang 98% diantaranya adalah perusahaan mikro. UMKM tersebut telah menyerap 107,6 Juta tenaga kerja penduduk Indonesia dan berkontribusi 60,6% terhadap PDB Indonesia [1].

Perkembangan Teknologi Informasi yang cukup signifikan saat ini mampu menyajikan informasi secara cepat dan mudah. Hal ini menjadi pemicu bagi pelaku usaha untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi bagi kemajuan usahanya. Mengingat urgensinya UMKM terhadap stabilitas perekonomian Indonesia. Maka dari itu UMKM harus dikelola sesuai strategi agar pelaksanaan usaha mikro kecil menengah ini dilakukan secara berkelanjutan [2].

Seiring perubahan zaman yang semakin kompleks, serta perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat pelaku usaha di lini mikro kecil menengah ini ditantang untuk menemukan cara agar produknya dikenal masyarakat luas. Salah satu bentuk pemanfaatannya yaitu melalui teknologi informasi yang dapat menyimpan, mengelola, serta mendistribusikan informasi untuk memasarkan produk agar dikenal masyarakat luas.

Namun, yang ada saat ini, UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan penggunaan teknologi informasi. Hal ini merupakan tantangan yang berat bagi UMKM dalam mengupayakan agar bisnisnya tetap hidup dikarenakan ketatnya persaingan bisnis khususnya untuk jangkauan pasar. UMKM harus berlomba untuk bisa menyampaikan pesan produknya agar bisa merambah pasar yang lebih luas, maka dari itu dilakukan penelitian ini. Adapun luaran dari gagasan yang diusulkan ini berguna bagi pihak pengelola UMKM sebagai pengelola sistem, maupun masyarakat sebagai *customer*.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam mendukung pengumpulan data, diantaranya:

- a. Identifikasi masalah,
Pada tahap identifikasi masalah ini dilakukan pengidentifikasian penyebab permasalahan tersebut, setelah penyebab permasalahan teridentifikasi maka dicarikan solusi sementara untuk mengatasi permasalahan.
- b. Observasi & Studi literatur,
Pada tahap ini dilakukan pengumpulan serta pengamatan terhadap berbagai sumber referensi penelitian berupa buku, jurnal, penelitian terdahulu serta beberapa peraturan dan perundang-undangan yang terkait, digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Selain itu didalam tahap ini akan menghasilkan beberapa data yang bermanfaat membantu penelitian.
- c. Analisis Sistem.
Tahapan analisis sistem dilakukan proses pengidentifikasian terhadap sistem atau kondisi saat ini, serta menganalisis kebutuhan sistem.
- d. Perancangan Sistem
Pada tahap ini dilakukan perancangan sistem yang sesuai dengan kebutuhan sistem serta menggambarkan secara rinci alur kerja sistem.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji tentang penerapan Teknologi Informasi sebagai upaya memperluas pasar produk lokal mengingat urgensinya UMKM terhadap stabilitas perekonomian Indonesia.

3.2 Lingkup

Adapun lingkup dari penelitian ini adalah:

1. Sasaran kajian UMKM yang dimaksud adalah UMKM secara umum.
2. Teknologi Informasi yang dimaksud yaitu untuk proses perluasan pasar.

3.3 Pengertian UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, berikut pengertiannya menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 [5]:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak 50juta tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300juta.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan/badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari 50juta sampai dengan paling banyak 500juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300juta sampai dengan paling banyak 2,5milyar.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh 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 yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari 500juta sampai dengan paling banyak 10milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5milyar sampai dengan paling banyak 50milyar.

3.4 Konsep Pasar

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang umum.

Tak bisa dipungkiri lagi bahwa keberadaan strategi pemasaran menjadi salah satu kunci kesuksesan sebuah usaha. Bahkan saat ini tidak hanya perusahaan besar saja yang membutuhkan cara-cara jitu untuk memasarkan produk maupun jasa mereka. Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pun membutuhkan dukungan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produknya dan memperluas jangkauan pasar yang dimilikinya. Hal ini penting agar produk atau jasa yang ditawarkan para pelaku UMKM bisa dikenal masyarakat luas, dan bisnisnya bisa berkembang pesat [2].

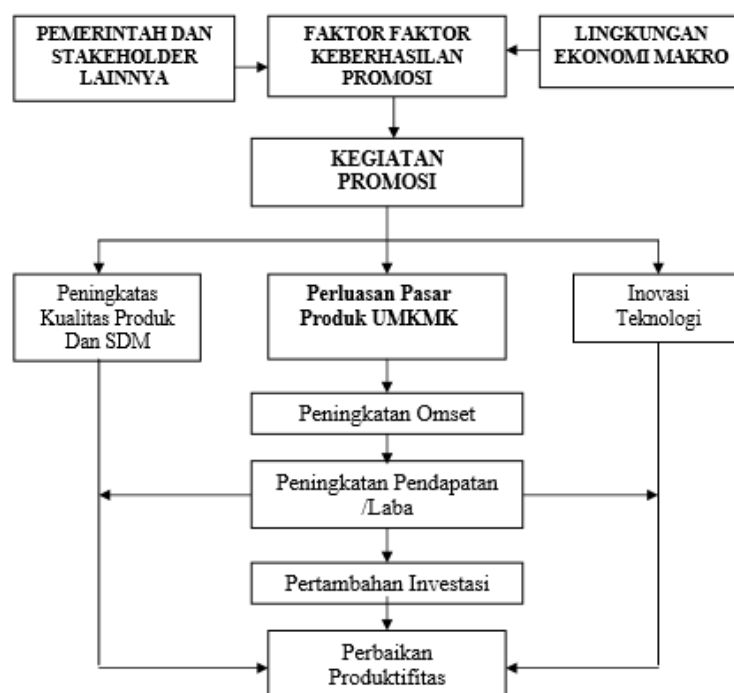
Salah satu masalah besar yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Teori ekonomi menjelaskan bahwa konsep pemasaran meliputi 4 unsur pendukung yaitu: produk, harga, tempat atau lokasi dan promosi produk. Keempat aspek ini saling terkait dalam meningkatkan fungsi pemasaran. Dari keempat unsur tersebut promosi merupakan unsur terakhir yang dianggap memiliki posisi strategis sebagai faktor kunci yang menghubungkan atau memperkenalkan produk yang dihasilkan UMKM kepada konsumen atau pasar [4].

3.5 Analisis Kebutuhan

Dari penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka untuk mendukung kemajuan suatu usaha mikro kecil menengah (UMKM) diperlukan beberapa faktor pendukung perluasan pasar dari produk UMKM diantaranya:

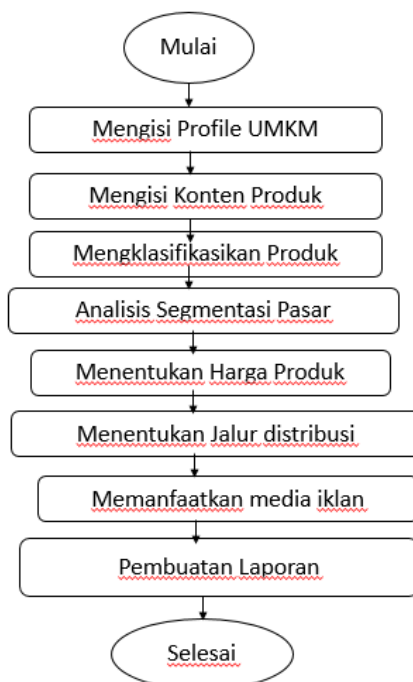
1. Pemerintah dan Stakeholder, yaitu sebagai aktor dalam aktivitas pemasaran ini.
2. Kegiatan Promosi, mencakup: Peningkatan kualitas produk dan SDM, Perluasan pasar produk UMKM, dan Inovasi Teknologi.
3. Lingkungan Ekonomi Makro, yakni lingkungan tempat perluasan produk lokal tersebut.

3.6 Hasil Analisis



Gambar 1. Kaitan Dampak Promosi terhadap perluasan pasar produk UMKM [4]

Dari gambar tersebut, fokus penelitian ini dikerucutkan dalam hal inovasi teknologi. Yakni bagaimana pengaruh teknologi informasi tersebut menjadi salah satu upaya perluasan pasar. Berikut adalah hasil analisis aliran data penelitian.



Gambar 2. Rancangan aliran data penelitian

3.8 Prospek Kedepan

Adapun prospek kedepannya dengan sistem ini yaitu pengelola UMKM dapat meningkatkan omset/pendapatan/laba, penambahan investasi dan perbaikan produktivitas.

3.9 Usulan Teknologi Untuk Perluasan Pasar Produk Lokal

Tabel 1. Usulan Teknologi Untuk Perluasan Pasar Produk Lokal

Komponen	Nama	Fungsi	Luaran yang diharapkan
Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	Komputer, CPU, RAM, Printer, dll.	Sebagai media perantara untuk mengubah data fisik menjadi data logic, atau sebaliknya.	Digunakan untuk menampung segala data dan informasi yang dibutuhkan pihak UMKM
Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	Sistem Operasi, Sistem Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Berbagi sumber daya/ pertukaran data - Mempermudah berkomunikasi / bertransaksi - Memberikan akses informasi 	Memproses segala data dan informasi yang masuk maupun keluar, yakni mengenai produk yang akan dipasarkan.
Prosedur	Intruksi	Mendapat informasi	Pengguna memahami alur informasi yang ada
Basis Data	DBMS (<i>Database Management System</i>)	Mengelola dan memanggil <i>query</i> .	Mampu mengelola data-data yang ada dalam sebuah UMKM

Komponen	Nama	Fungsi	Luaran yang diharapkan
Jaringan komputer dan Komunikasi data	WAN (<i>Wide Area Network</i>)	Mengalirkan data dan informasi secara luas secara <i>online</i>	Data dan informasi bisa sampai ke pihak yang membutuhkan

3.10 Usulan Penggunaan Teknologi Informasi

Sumber daya manusia yang bekerja pada suatu UMKM dianjurkan menggunakan sistem yang telah diusulkan, dikarenakan dapat mempermudah perluasan pasar pada usahanya.

4. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sektor UMKM mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang untuk berkembang serta meningkatkan daya saing di tingkat regional maupun global harus didukung dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.
- b. Pemanfaatan teknologi yang usulkan diharapkan berguna untuk pihak UMKM dalam menyimpan, mengelola, serta mendistribusikan informasi. Termasuk proses pemasaran produk lokal guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Rekomendasi yang dapat diusulkan untuk mendukung perluasan pasar produk lokal, yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi bagi UMKM dalam menyimpan, mengelola, serta mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas.

Daftar Pustaka

- [1] Indrawati, Sri Mulyani. *UMKM Sebagai Tulang Punggung Perekonomian Indonesia*. World Islamic Economic Forum (WIEF). Republika, Jakarta. 2016.
- [2] Suparto, dan Widhy Wahyani. *Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Sebagai Upaya Merambah Pasar Bagi Produk Usaha Kecil Menengah*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi. Surabaya. 2014.
- [3] Wulandari, Maria Sri. *Digitalisasi Pemetaan UKM Tenun Garut Berbasis Sistem Informasi Geografis Sebagai Media Komunikasi dan Pemasaran Produk Lokal*. STIMIK Jakarta, Jakarta. 2015.
- [4] Idris, Indra. Sri Lestari. *Kajian Efektivitas Model Promosi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Jurnal Volume 4 - Agustus 2009 : 116-139.
- [5] Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Pengertian (UMKM) Usaha Mikro Kecil Menengah.