BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini telah merambah ke berbagai bidang kehidupan masyarakat dan juga pada bidang bisnis dan perdagangan. Penerapan Teknologi Informasi saat ini banyak digunakan para usahawan. Kebutuhan efisiensi waktu dan biaya menyebabkan setiap pelaku usaha merasa perlu menerapkan teknologi informasi dalam lingkungan kerja.

Penerapan Teknologi Informasi menyebabkan perubahan pada kebiasaan kerja. Kita telah melihat perkembangan teknologi informasi (TI) yang luar biasa selama beberapa dekade terakhir.

Perkembangan tersebut berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap sistem perdagangan dan transaksi, sebelumnya transaksi secara tradisional hanya dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung antara penjual dan pembeli, dengan adanya kecanggihan teknologi informasi semua keterbatasan jarak, sarana, dan waktu transaksi dapat diatasi dengan mudah.

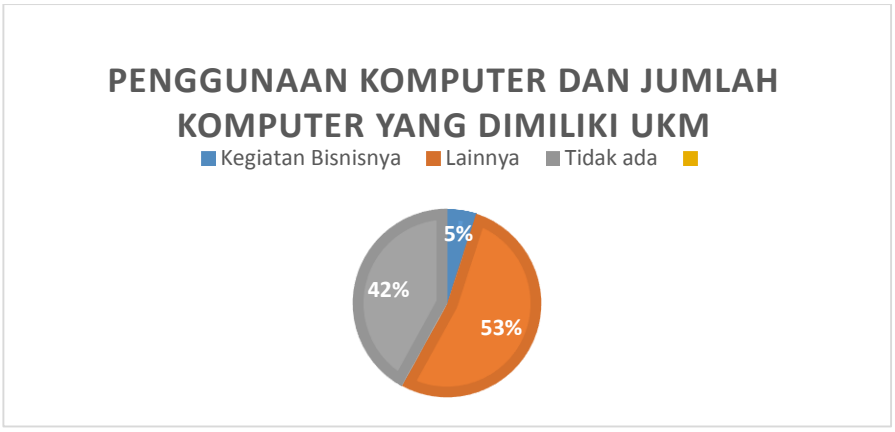
Pada saat ini teknologi informasi dan e-commerce membuat semakin terbuka dan ketatnya persaingan bisnis perusahaan banyak menginvestasikan uang untuk menerapkan teknologi pada perusahaan mereka guna meningkatkan keunggulan bersaing dengan perusahaan lain ataupun perusahaan dengan produk yang sejenis.

Perkembangan Teknlogi ini harus bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha khususnya para pelaku usaha kecil menengah atau UKM. Penggunaan internet merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang dapat mendukung kegiatan usaha, antara lain dapat

meningkatkan relasi dengan pelanggan, membangun aplikasi-aplikasi strategi baru dan dapat mengurangi biaya operasional (Eva, 2007).

Pada era modern saat ini persaingan pada bisnis semakin ketat, oleh karena itu Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia harus siap bersaing menjelang ASEAN Economic Community (AEC) 2015 mendatang (Arief Sinaga, 2013).

Dengan berlakunya Asean Economic Community, standar mutu produk akan menganut standar Asean. Selama ini produk-produk UKM yang memiliki peluang pasar luas di Asean, terkendala oleh kurangnya teknologi untuk memasuki pasar. Melihat besarnya peranan UKM nasional dalam perekonomian, kiranya semua pihak harus senantiasa melakukan upaya-upaya penguatan UKM agar bisa meningkatkan produktivitas dan kualitasnya agar berdaya saing, sehingga lebih siap menghadapi pasar bebas.



.

Gambar 1.1
Penggunaan Komputer dan Jumlah Komputer yang dimiliki UKM
Sumber: Arief Rahmana (2009)

Dilihat dari gambar diatas pemanfaatan komputer untuk menunjang kelangsungan usahanya oleh para pelaku usaha khususnya usaha kecil menengah

masih dalam tingkatan rendah. Penggunaan teknologi informasi dan E-commerce pada para pelaku usaha dapat meningkatkan keunggulan bersaing juga memberikan outline yang kuat mengenai kemungkinan teknologi informasi menjadi yang terbesar dalam mengelola bisnis mereka. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar dengan e-commerce merupakan prasyarat terhadap produktivitas. Oleh karena itu, peran teknologi diperlukan dalam mendorong keberhasilan perusahaan untuk memperluas akses pasar.

Terlihat jelas bahwa jumlah pengusaha UKM di indonesia saat ini semakin meningkat dan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran dan potensi yang sangat strategis dalam mewujudkan perkembangan dan pembangunan ekonomi regional ataupun nasional. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah UKM di indonesia tahun 2012-2013.

Tabel 1.1
Jumlah Perkembangan UKM di Indonesia

No	Indikator	Satuan	Tahun 2012		Tahun 2013		Perkembangan Tahun 2012-2013	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Usaha Mikro (UMi)	Unit	55.856.176	98,79	57.189.393	98,77	1.333.217	2,39
2	Usaha Kecil (UK)	Unit	629.418	1,11	654.222	1,13	24.803	3,94
3	Usaha Menengah(UM)	Unit	48.997	0,09	52.106	0,09	3.110	6,35

Sumber: www.depkop.go.id

Berdasarkan tabel 1.1 ini perkembangan UKM di Indonesia selalu mengalami peningkatan, hal ini membuktikan betapa besar potensi yang dimiliki oleh para pelaku UKM.

Pertumbuhan UKM yang cukup signifikan ada di Provinsi Jawa Barat, yaitu Kota Bandung, sebagai salah satu kota yang produktif, kota Bandung memiliki beberapa sentra atau kawasan perdagangan UKM diantaranya, Sentra perdagangan Jeans Cihampelas, Sentra industri kaos suci, Sentra UKM Persepatuan Cibaduyut, Sentra UKM Tahu "BR" Pasir Koja, dan Sentra UKM Boneka Sukamulya.

Sentra Kaos Suci di kota Bandung ini merupakan Kawasan industri kreatif yang masih bertahan hingga sampai dengan saat ini. Bahkan saat terjadinya krisis ekonomi di Indonesia pada tahun 1998, tidak mempengaruhi keberlangsungan usaha pada sentra industri tersebut. Akan tetapi seperti sentra- sentra lainnya, Sentra Kaos Suci pun memiliki kendala tersendiri, pada saat ini dengan berkembangnya clothing, factory outlet, dan distro di Bandung turut membangkitkan para pengusaha kaos.

Namun kini terjadi penyebaran perajin kaos hampir di berbagai titik di Bandung, sehingga Sentra Kaos Suci sekarang bukan merupakan satu- satunya pilihan utama. Apalagi ditambah dengan munculnya industry – industry konveksi di Bandung yang memiliki teknologi lebih maju yang dapat memproduksi kaos dalam jumlah banyak dengan waktu yang relatif lebih cepat, Maka teknik manual seperti di Sentra Kaos Suci pun harus mencari pasar sendiri, hal ini membuktikan bahwa tingkat daya saing usaha yang masih rendah, sehingga para pelaku usaha diharapkan untuk memiliki kemampuan agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya serta meningkatkan kemampuan berdaya saing dengan para kompetitor usahanya guna mencapai tujuan dari perusahaan.

Tabel 1.2
Potensi Produksi Sentra Kaos Suci
Dari Tahun 2013 S.D 2015

No	Indikator Perkembangan Sentra Kaos Suci	Tahun		
		2013	2014	2015
1	Unit Usaha	378	300	247
2	Tenaga Kerja (orang)	2.455	2.103	1.993
3	Produksi pertahun (pcs)	1.725.000	1.514.285	1.533.333
4	Investasi	87.315 M	82.568 M	75.345 M
5	Nilai Produksi	57.48 M	43.05 M	36.01 M

Sumber: Koperasi Sentra Kaos Suci Bandung (2016)

Berdasarkan data dari tabel diatas pada sentra kaos suci di Bandung mengalami penurunan pada unit usaha dikarenakan tidak mempunyai strategi y dengan para pelaku yang berbeda untuk bersaing dengan pasar, terlebih lagi pada saat ini banyak sekali produk import yang masuk untuk meramaikan pasar di Indonesia, oleh sebab itu para pelaku usaha kaos di sentra kaos suci mengalami penurunan dari segi omset produksi.

Selanjutnya penulis mengambil sample sebanyak 30 toko di kawasan kaos Suci untuk mengisi kuesioner dari survey awal tentang Pengaruh teknologi informasi dan E-commerce untuk menigkatkan keunggulan bersaing usaha kecil menengah sentra kaos Suci, Bandung. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.3
Survei awal

No	Pertanyaan	Ya	Presentasi	Tidak	Presentasi
Teknologi Informasi					
1	Apakah saat ini bisnis anda menggunakan dan memanfaatkan Komputer khusus dalam membantu memperlancar usaha?	24	80%	6	20%
2	Apakah pada saat ini bisnis anda perlu untuk menggunakan komputer dalam memperlancar usaha?	27	90%	3	10%
E-commerce					
1	Apakah bisnis anda menjual produknya melalui internet?	23	77%%	7	23%
2	Apakah menurut anda dengan internet dapat meningkatkan penjualan bisnis anda?	14	46%	16	54%
Keunggulan Bersaing					
1	Apakah anda merasa kesulitan untuk bersaing dengan bisnis lain yang menjual produk serupa dengan usaha anda?	18	60%	12	40%
2	Apakah bisnis anda merasa kesulitan dalam beradaptasi dengan pasar saat ini?	21	70%	9	30%

(Sumber: Data diolah penulis)

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, tentang teknologi informasi, 80% responden menyatakan telah mempergunakan komputer dalam menjalankan usahanya, dan 20% responden menyatakan tidak memiliki teknologi khusus untuk menjalankan usahanya. Hal ini diperkuat dengan wawancara penulis dengan salah satu pemilik *Casani Production,* menerut beliau:

> “Penggunaan komputer dalam menjalankan usaha ini sangat dibutuhkan hanya untuk mendesain pesanan konsumen, kami tidak memeiliki komputer khusus untuk mengolah data dan sebagainya”

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, tentang teknologi informasi, 90% responden menyatakan pada saat ini membutuhkan komputer dalam menjalankan usahanya sedangkan 10% responden merasa belum membutuhkan teknologi informasi berbasis komputer untuk membantu pekerjaannya.

Berdasarkan survey awal penulis kepada 30 responden tentang e-commerce 77% responden menyatakan telah memasarkan produknya melalui internet dan 23% responden belum mengjual produknya melalui internet

Berdasarkan survey awal penulis 46% responden merasa menjual produknya melalui internet telah memperluas pasar mereka dan menambah pendapatannya, akan tetapi 54% responden merasa memasarkan produknya melalui internet tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualannya. Hal ini diperkuat dengan wawancara penulis kepada pemilik Stable T-shirt, menurut beliau:

> “Pemesanan kaos secara online masih jarang, kebanyakan pemesanan langsung datang ke toko”

Berdasarkan Survey awal penulis kepada 30 responden tentang keunggulan bersaing 60% responden mengalami kesulitan dalam hal persaingan bisnis dengan pesaing yang menjual produk yang sama dengan mereka. Dari hasil wawancara singkat

penulis dengan salah satu karyawan pada ketua koperasi di sentra kaos suci Bapak Manarwi, menurut beliau:

> "Bahwa saat ini para pelaku usaha di kaos suci mengalami kesulitan dengan para pesaing, karena banyaknya produk impor dan juga semakin menjamurnya bisnis sablon diluar kawasan sentra".

Dan Berdasarkan Survey awal penulis kepada 30 responden tentang keunggulan bersaing 70% responden merasa kesulitan dalam beradaptasi dengan pasar saat ini, seperti yang kita ketahui pada saat ini kita telah memasuki era pasar bebas. Karena itulah persaingan pasar saat ini sangat ketat.

Dari berbagai femomena yang diangkat dari hasil observasi langsung , survei awal dan wawancara yang telah diuraikan diatas, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha di sentra suci masih kesulitan menghadapi para pesaing, oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk meneliti seberapa efektifkah pemanfaatan teknologi informasi dan e-commerce dipakai oleh para pelaku usaha. sehingga peneliti memberi judul "**Pengaruh Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Sentra Kaos Suci, Bandung)** pada penelitian ini**.**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan sebelumya, maka identifikasi masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan Teknologi Informasi pada sentra kaos suci dirasa belum maksimal dalam meningkatkan kinerja usaha nya demi meraih keunggulan bersaing dengan para pesaingnya
2. Pemanfaatan e-commerce dengan melakukan penjualan melalui internet pada sentra kaos suci belum dapat meningkatkan penjualan mereka dikarenakan kurangnya informasi dan responsivitas yang mereka berikan kepada para konsumen mereka.
3. Dengan semakin banyaknya pesaing di sentra industri kaos di kawasan suci dan pesaing yang ada diluar sentra yang menjual produk serupa, maka sebagian besar perusahaan mengalami kesulitan dalam persaingan, hal ini disebabkan karena perusahaan masih kurang cepat dalam merespon aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam pasar dan perusahaan belum optimal dalam menciptakan nilai tambah dengan cara membuat ide baru dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah didefinisikan di atas, maka penjabaran rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagimanakah pengaruh teknologi informasi pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.
2. Bagaimanakah pengaruh E-commerce pada pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.

3. Bagaimanakah keunggulan bersaing pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan e-commerce terhadap keunggulan bersaing pada usaha kecil menengah di sentra Bandung secara parsial maupun simultan.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membangun wawasan bagi para pengusaha khususnya usaha kecil menengah tentang pengaruh teknologi informasi dan e-commerce pada usaha mereka sehingga dapat mengetahui manfaat teknologi informasi dan e-commerce guna dapat mengembangkan usaha mereka lebih baik lagi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh E-commerce pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing pada usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan e-commerce terhadap keunggulan bersaing usaha kecil menengah di sentra kaos suci Bandung secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

a. Bagi Pengembangan Ilmu

Kegunaan Penelitian ini dalam Bidang pengembangan ilmu adalah dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu dari penelitian ini yang kelak berguna dan dapat digunakan dalam mengembangkan ilmunya.

b. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai indikator untuk mengambangkan kemampuan dalam melakukan penelitian, meningkatkan skill dalam melakukan penelitian dan sebagai bahan evaluasi terhadap skill dan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.

c. Bagi Peneliti Lain

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti lain adalah dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang peneliti bahas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi para pelaku usaha tersebut agar mengetahui apakah teknologi informasi dan e-commece yang di terapkan dalam proses penjualan bisnis tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

b. Diharapkan dapat menambah wawasan pemikiran dan pengalaman dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat melakukan penelitian-penelitian berkelanjutan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitan ini adalah para pelaku usaha kecil menengah sentra Kaos Suci, Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.4
Waktu Penelitian

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		Februari				Maret				April				Mei				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey Tempat Penelitian																				
2.	Melakukan Penelitian																				
3.	Mencari data																				
4.	Membuat Proposal																				
5.	Seminar																				
6.	Revisi																				
7.	Penelitian Lapangan																				
8.	Bimbingan																				
9.	Sidang																				