

PELATIHAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI INTERNET DIKALANGAN PENGUSAHA BORDIR DI KOTA BUKITTINGGI¹

Vera Pujani dan Eri Besra²

ABSTRACT

This paper presents the activity toward the training of the internet use on behalf of the micro and small business enterprises (MSEs) especially embroidered enterprises which have been done in Bukittinggi City. The objective of this activity is to improve the understanding and utilizing of the internet in business activities. Additionally, this training is able to improve entrepreneur's capabilities using internet in term of the improvement of their earnings and the development of marketing activities in national and global market. In the meantime, this activity also is able to assist the government programs related to improve the social welfare in West Sumatra particularly in Bukittinggi.

The training have been conducted on Thursday 21th August 2008 which is facilitated by Deperindagkop offices in Bukittinggi. The 20 participants are the member of the Business Clinic which is managed by Deperindagkop offices. The training subject is related to the basic technology, internet, e-commerce and e-commerce business model for MSBEs using lecturing and two-way discussing methods during 8 sessions in 45 minutes each.

This training is evaluated using the in-dept interview to measure the participant's understanding of the internet use before and after undertaking this activity using TAM (Technology Acceptance Model) including perspectives of use of use and usefulness. The before training understanding, the majority of participants are not really sure about the benefits given and how to imply internet for their business activities. Such in this condition, that the participants have not think yet to use internet for their business. After the internet training given, there are some changed perceptions of participants, since they have understood numerous benefits using the internet and how to operate the internet for their business activities effectively. Briefly, this training activity is able to improve the intention to use the internet supporting their business activity in the future.

¹ Dibiaya oleh Dana DIPA Unand Program Kompetitif TA 2008

² Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Finally, the internet training is able to give a initial picture toward the internet use in West Sumatra and this picture would be a efective contribution for others related parties likes, goverment agencies, financial institusi, internet providers and others to conduct this training regurarly in the future to improve the growth of MSBEs in West Sumatra.

Key words: Internet, e-commerce, SMEs, Training, Embroider, Bukittinggi

PENDAHULUAN

Analisa Situasi

Pemanfaatan teknologi saat ini semakin luas di berbagai aspek kegiatan bisnis, terutama pemakaian internet. Hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kemajuan aktifitas bisnis global diberbagai negara (negash, Ryan & Igbaria 2003; Teo & Pian 2004). Penggunaan teknologi internet adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan pada suatu pasar maya yang disebut electronic business dan commerce (e-business dan e-commerce) (Tamimi, Sebastianelli & Rajan 2005; Wang, Head & Archer 2002). Berbagai aktifitas yang dapat dilakukan secara elektronik seperti : Transaksi bisnis, operasi fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen dan suplier untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian (Zwass 1998; Zwass 2003; Bandyo-Pandhyay 2002; Haag, Cummings & Dawkins 1998). Aktifitas secara elektronik ini memberikan beberapa kemudahan baik bagi penjual maupun bagi pembeli (Grandon & Pearson 2004). Bagi penjual, ecommerce akan membantu memperluas daerah pemasaran produk dan jasa yang akan dijual, sedangkan bagi pembeli, akan mempermudah mendapatkan dan membandingkan informasi tentang produk dan jasa yang akan dibelinya.

Di Indonesia, pemanfaatan teknologi informasi dan telekomunikasi (ICT) masih kurang berkembang. Indonesia masih dikategorikan sebagai negara dengan tingkat adopsi teknologi internet pada level permulaan (early adopter), dengan kebanyakan pemakai (user) cukup berpendidikan dan kesiapan perusahaan mengantisipasi teknologi ini cukup tinggi (Asia Foundation 2002). Dalam aplikasi penggunaan ecommerce di Indonesia, masih banyak kendala yang muncul seperti isu yang terkait dengan kepercayaan, privacy, biaya yang cukup tinggi, infrastruktur teknologi dan kemampuan dari SDM (sumber daya manusia). Penggunaan teknologi internet untuk kegiatan bisnis di Indonesia masih belum banyak dimanfaatkan oleh usaha mikro dan kecil (UMK). Ini terlihat dengan sedikitnya jumlah UMK yang telah bertransaksi secara online dengan nilai transaksi online US\$17,6 miliar tahun 2003 (Bisnis Indonesia, 2006).

Walau bagaimanapun, beberapa indikator penggunaan teknologi informasi dan telekomunikasi (ICT) telah memperlihatkan peningkatan yang signifikan, seperti dari tahun 1996-1999, penggunaan komputer meningkat 17.85%, jumlah *Internet Host* meningkat 24.11% dan jumlah pengguna internet meningkat 42.52% (Orbeta 2002). Tambah lagi, jumlah Domain yang ada di Indonesia telah meningkat dari 1,479 pada tahun 1998 menjadi 21,762 tahun 2004 (APJII 2005). Data terakhir dari Internet World Stats (2007) menyatakan terjadinya peningkatan yang sangat cepat (900%) terhadap jumlah pengguna internet di Indonesia dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya seperti Philipina, Thailand dan Malaysia

Dalam kegiatan usaha, para pengusaha di Sumatera Barat, khususnya kota Bukittinggi belum banyak yang memanfaatkan teknologi internet. Hanya sebahagian kecil yang mulai memanfaatkan teknologi internet dan website sebagai salah satu alat untuk kegiatan bisnis dan pemasarannya seperti website

Toko d8, Toko Songket Minang, Arifah Collection, Minang Souvenir, Abunawas Padang, dan ada beberapa perusahaan di Sumatera Barat yang menampilkan produknya di website e-commerce seperti: *Indonetwork*, *Endonesia* dan *Sumbar Bisnis*. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan akan membantu pengusaha Industri Bordir di kota Bukittinggi untuk mulai menggunakan teknologi internet bagi kelancaran usaha bisnisnya terutama sebagai alat pemasaran produknya.

Perumusan Masalah

Dengan adanya kemajuan teknologi internet yang semakin cepat, keterbatasan keadaan geografis Indonesia, dan keterbatasan industri di daerah dalam mengembangkan usaha terutama sekali dalam pemasaran produknya; adalah sebagai alasan utama perlunya terlaksananya kegiatan ini. Apalagi, sebahagian besar para pengusaha Sumatera Barat terutama di kota Bukittinggi, belum banyak memahami tentang manfaat penggunaan teknologi internet. Oleh karena itu perlu dirumuskan masalah dalam kegiatan ini yaitu:

Bagaimanakah kegiatan pelatihan mampu meningkatkan minat pengusaha bordir di kota Bukittinggi dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet untuk proses pengembangan dan pemasaran produk/jasanya?

Oleh karena itu kegiatan pelatihan perlu diberikan untuk melihat seberapa jauh pemahaman dan minat dari pengusaha bordir di kota Bukittinggi mengenai manfaat teknologi internet ini bagi kemajuan usahanya.

Internet pertama kali digunakan oleh departemen Pertahanan Amerika sekitar tahun 1966 yang dihubungkan dengan penggunaan di bidang Militer dan Penelitian. Protokol internet (Transmission Control Protocol/internet Protocol atauTCP/IP) didesain oleh vinton Cerf dan robert kahn yang menerima penghargaan sebagai pakar pertama atas

penemuannya dalam revolusi digitalisasi (House 2005). Sejak saat itu perkembangan teknologi internet sangat berkembang mempengaruhi situasi dunia terutama sekali dalam aspek perekonomian dan dunia usaha.

Sementara itu, penggunaan peralatan elektronik dalam dunia bisnis telah digunakan sejak tahun 1965, yaitu ketika mesin kasir otomatis (ATM/Automatic Teller Machine) mulai digunakan. Kemudian muncul teknologi internet, dunia usaha mulai memanfaatkan teknologi internet ini untuk memajukan segala aspek di perusahaan yang lebih dikenal dengan Electronic Commerce atau e-commerce (Molla & Licker 2001). Pengertian ecommerce dapat dilihat dari tiga aspek yaitu perdagangan (commerce), fungsi bisnis (business functions) dan kerjasama(collaboration). Berdasarkan ketiga aspek tersebut, ecommerce dapat didefinisikan sebagai aplikasi teknologi jejaring telekomunikasi (telecommunication network) untuk melakukan suatu transaksi bisnis, pertukaran informasi dan menjaga hubungan dengan konsumen sebelum, selama dan setelah proses pembelian (Costa 2001; Haag, Cummings & Dawkins 1998; Post & Anderson 2000; Zwass 1998)

Model bisnis merupakan suatu rangkaian dari arus informasi, jasa dan produk yang melibatkan beberapa pelaku bisnis dan perannya, manfaat yang mungkin dapat diterima, sumber manfaat tersebut dan strategi pasar (Timmers, 1997). Dalam menjalankan kegiatan e-commerce, pengambil keputusan perusahaan perlu mempertimbangkan strategi dan model bisnis yang sesuai dengan keadaan internal dan eksternal perusahaan. Pertimbangan ini sangat diperlukan dalam menggunakan teknologi internet dan e-commerce yang sesuai dengan kemampuan perusahaan dan situasi yang ada disekitar perusahaan tersebut. Oleh karena itu beberapa model bisnis yang dapat diterapkan oleh perusahaan berdasarkan teknologi yang digunakan,

penyebaran nilai yang diberikan dan struktur pasar yang tersedia. Beberapa model bisnis ditawarkan oleh penelitian sebelumnya seperti *e-shops, e-procurement, e-auction, email, third-party marketplace, virtual communication, value chain service provider, value chain integrator, collaboration platform, dan information brokers* (Quader 2007; Mahadevan 2000; Dussault 2002; Turban 2004).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang teknologi internet (*knowledge transfers*), memberikan keterampilan sederhana (*browsing, email, yahoo-groups, chatting, blogging*) dan meningkatkan minat untuk menggunakan teknologi internet bagi pengusaha bordir di Kota Bukittinggi. Sementara itu, kegiatan pelatihan ini diharapkan memberikan manfaat bagi, (1) pengusaha pada umumnya, untuk mengatasi masalah pemasaran; (2) industri penyedia jasa internet/perangkat komputer, untuk meningkatkan perkembangan industri ini di Bukittinggi; (3) Bagi perantau minang/peminat produk Minang, akan lebih mudah mendapatkan produk bordiran khas Ranah Minang; (4) dan bagi pemerintah, membantu perkembangan perekonomian daerah Bukittinggi, karena adanya solusi tentang masalah jarak dan pemasaran dalam penjualan produk dan jasa.

METODE PENGABDIAN

Prosedur Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan untuk memberikan solusi pada perumusan masalah diatas (bahagian 1.2), dimana kegiatan pelatihan ini diadakan dengan bekerjasama dengan Dinas Deperindagkop kota Bukittinggi melalui “Klinik Bisnis’ nya. Dinas Deperindagkop kota Bukittinggi telah mengembangkan suatu klinik bisnis yang berfungsi sebagai wadah pertemuan dan konsultasi dengan Industri Kecil dan Menengah di Kota Bukittinggi.

Khalayak Sasaran

Kegiatan pelatihan di lakukan di Kota Bukittinggi, dengan pertimbangan bahwa industri bordir yang lebih banyak berada di kota Bukittinggi. Sementara untuk calon peserta adalah pengusaha bordir yang ada di kota Bukittinggi. Sektor industri tersebut dipilih karena lebih mempunyai prospek yang bagus untuk menggunakan teknologi internet dalam kegiatan usahanya terutama untuk aktifitas pemasarannya. Disamping itu kontribusi dari bidang usaha ini juga cukup signifikan terhadap PDB kota Bukittinggi.

Calon peserta adalah anggota dari “Klinik Bisnis” yang difasilitasi oleh kantor Dinas Deperindagkop kota Bukittinggi. Calon peserta diundang dan diminta kesediaan untuk menghadiri pelatihan ini. Jumlah undangan yang disebar adalah 30 UKM usaha bordir di kota Bukittinggi. Pemilihan calon peserta dilakukan secara “*purposive sampling*” dengan pertimbangan pengusaha tersebut bergerak dalam bidang kerajinan bordir (pakaian, mukena dll).

Rancangan Evaluasi

Kegiatan pelatihan akan diukur berdasarkan konsep penerimaan peserta pelatihan untuk menggunakan teknologi internet. Konsep yang akan digunakan adalah Tiori Adopsi atau Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model, TAM oleh Davis 1992). Pencapaian konsep ini adalah seberapa besar minat peserta pelatihan untuk menggunakan (*intention to use*) internet dan situs website dalam kegiatan usaha perusahaan dengan menggunakan persepsi kemanfaatan (*Usefulness*) dan kemudahan (*ease of use*). Untuk itu, akan dilakukan evaluasi berdasarkan indikator pencapaian konsep TAM secara kualitatif untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilakukan meliputi:

1. Mengidentifikasi kemampuan para peserta secara individu dan perusahaan terhadap penggunaan teknologi internet. Untuk itu

diberikan sejumlah pertanyaan diawal kegiatan pelatihan ini untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman terhadap teknologi internet sebelum mengikuti pelatihan.

2. Mengukur pemahaman dan pencapaian kegiatan pelatihan ini dengan memberikan pertanyaan yang sama pada akhir pelatihan.
3. Mengukur minat untuk menggunakan (*intention to use*) internet dan e-commerce dalam menjalankan usaha perusahaan melalui faktor manfaat (*ease of use*) dan kemudahan (*usefulness*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Waktu, Tempat dan Peserta

Kegiatan pelatihan ini diadakan di Kota Bukittinggi pada hari Kamis tanggal 21 Agustus 2008. Tempat pelaksanaan kegiatan adalah di ruang sidang kantor DeperindagKop kota Bukittinggi (di belakang kantor Walikota) yang dimulai pada jam 9.00 pagi. Peserta pelatihan ini adalah 20 pengusaha kerajinan bordir dan sulaman yang berada di kota Bukittinggi. Peserta adalah para anggota klinik bisnis yang difasilitasi oleh kantor Deperindag Bukittinggi.

Materi dan Jadwal

Materi yang diberikan pelatihan penggunaan internet untuk para pengrajin bordir dan sulaman di Bukittinggi dengan 8 sesi, dimana satu sesi berdurasi 45 menit. Rinciannya terlihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Materi Pelatihan

NO.	Materi	Submateri	Sesi
1.	Pengenalan teknologi dan internet	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi teknologi • Pentingnya teknologi • Perkembangan Internet 	3
2.	Pengenalan internet dalam dunia usaha	<ul style="list-style-type: none"> • E-commerce • Klasifikasi 	2
3.	Model bisnis untuk menggunakan internet	<ul style="list-style-type: none"> • Model Bisnis • E-commerce untuk UKM 	3

Hasil Evaluasi

Kepada peserta pelatihan penggunaan teknologi internet di berikan beberapa pertanyaan yang berkaitan keinginan untuk menggunakan internet ketika awal dimulainya pelatihan dan ketika di akhir acara. Kemudian akan dibandingkan apakah ada perubahan persepsi setelah mengikuti pelatihan ini. Metode yang dipakai adalah wawancara secara mendalam (kualitatif) karena mengingat jumlah peserta terbatas dan suasana yang lebih memungkinkan untuk lebih menggali lagi informasi dari para peserta. Hasil dari evaluasi terlihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Evaluasi

No.	Faktor	Persepsi Awal	Persepsi Akhir	Kesimpulan
1.	Manfaat (usefulness)	<ul style="list-style-type: none"> Mayoritas peserta sudah mengenal istilah internet hanya 10 % peserta yang pernah menggunakan internet. Belum begitu yakin dengan keuntungan yang akan diterima, walaupun secara finansial telah cukup mampu Belum yakin internet akan membantu pekerjaan , 	memahami bahwa internet dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam berusaha	Pelatihan ini telah mampu mentrasfer pemahaman tentang manfaat menggunakan internet
2.	Kemudahan (ease of use)	<ul style="list-style-type: none"> Mayoritas tidak mempunyai keahlian khusus tentang komputer Semua peserta tidak menguasai komputer dan internet Ragu/binggung bagaimana untuk mengoperasikan internet 	Sudah mulai memahami bagaimana proses menggunakan internet dan mengoperasikannya	Pelatihan ini telah mampu menggambarkan bagaimana cara mengoperasikan internet
3.	Minat Untuk menggunakan internet (intention to use)	Ragu-ragu dan belum berminat menggunakan internet	Ada niat bagi peserta untuk menggunakan internet	Pelatihan telah berhasil menumbuhkan minat untuk menggunakan internet

Sumber: Hasil pengolahan data untuk kegiatan ini

Hasil evaluasi ini menggambarkan bahwa pelatihan telah meningkatkan minat peserta untuk menggunakan internet dalam berusaha, dengan munculnya banyak pertanyaan mengenai bagaimana cara efektif untuk berusaha melalui internet. Keadaan ini diperkuat dengan meminta kesediaan tim (instruktur) untuk berkonsultasi dikemudian hari jika ada yang menemui masalah ketika menggunakan internet dalam berusaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan ini dapat kami simpulkan bahwa:

1. kegiatan pelatihan ini membantu pengusaha untuk meningkatkan pemahaman tentang manfaat menggunakan internet bagi kemajuan usahanya.
2. kegiatan pelatihan ini membantu pengusaha untuk membimbing bagaimana mengoperasikan dan menggunakan teknologi internet yang efektif bagi kemajuan usahanya.
3. kegiatan pelatihan ini mampu meningkatkan minat penggunaan teknologi informasi bagi usaha kecil dan menengah di Sumatera Barat pada umumnya dan khususnya usaha bosrdir dan sulaman di Bukittinggi.
4. kegiatan pelatihan ini juga sosialisasikan penggunaan teknologi internet dikalangan pengusaha terutama pengusaha usaha mikro dan kecil Kota Bukittinggi untuk menjadi perusahaan berbasis teknologi (*technopreneurship*).

Saran

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan ini kami menyarankan antara lain: perlunya keterlibatan pemerintah terkait untuk dapat melanjutkan secara

reguler pelatihan tidak hanya di Kota Bukittinggi tetapi juga sampai kepada pengusaha bordir dan sulaman di seluruh wilayah di Sumbar, sehingga penyebaran penggunaan internet lebih merata keseluruh wilayah propinsi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan atas bantuan dana DIPA Kompetitif Universitas Andalas Padang tahun 2008. Sementara dalam pelaksanaan Pelatihan, terlaksana kegiatan ini adalah atas bantuan DepindagKop Kota Bukittinggi. Oleh karena itu, kami sebagai pelaksana mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Andalas yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan ini. Dan juga kami mengucapkan terimakasih kepada Bpk Azhari yang telah membantu atas kelancaran kegiatan pelatihan di DekerindagKop Kota Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asia Foundation, The, 2002, 'SMEs and e-commerce, [Online], Available: http://www.asiafoundation.org/pdf/SMEsurvey_Indo.pdf, Accessed 20 Nov 2004
- Bandyo-padhyay, N. 2002, 'E-commerce: Context, Concepts and Consequences', *McGraw-Hill*, New York.
- Haag, S., Cummings, M., & Dawkins, J. 1998, 'Management Information Systems for the Information Age', McGraw-Hill, USA.
- Molla, A., & Licker, P.S. 2001, 'E-commerce systems success: an attempt to extend and respecify the Delone and MacLean model IS success', *Journal of Electronic Commerce Research*, vol. 2(4), pp. 131-141
- Orbeta, A., C., 2002, 'E-commerce in Southeast Asia: A review of developments, challenges, and issues', in *Information Technology in Asia*,

by Yue, Siow, Chia & Lim, Jerome, Jamus, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore, p. 111-146.

Post, G.V. & Anderson, D.L. 2000, 'Management Information Systems', Mc. Graw-Hill, USA.

Tamimi, N., Sebastianelli, R. & Rajan, M., 2005, 'What do online customers value?', *Quality Progress*, vol. 38(7), pp. 35-39.

Turban, E., & King, D. 2003, 'Introduction to E-commerce', Pearson Education, SA.

Zwass, V 2003, 'Electronic Commerce and organizational innovative: aspects and opportunities', *International Journal of Electronic Commerce*, vol.7(3), pp. 7-37.