

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) punya peran penting dan strategis terhadap pembangunan ekonomi Indonesia, pendistribusian hasil pembangunan dan penyerapan tenaga kerja (Bank Indonesia, 2015). Kementerian Koperasi dan UMKM (2017) juga menyebutkan bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena jumlah pelaku UMKM pada tahun 2017 di Indonesia sebanyak 62.922.617 unit (99,99%). UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 116.673.416 orang (97,02%). UMKM menghasilkan PDB atas dasar Harga Berlaku sebesar 60,00%. Selain itu, UMKM juga menyumbang volume ekspor non migas sebesar 14,17% dari total ekspor non migas nasional. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian Indonesia periode 2013-2017 (dalam %)

No	Indikator	2013	2014	2015	2016	2017
1	Unit Usaha	99,99	99,99	99,99	99,99	99,99
2	Tenaga Kerja	97,16	96,99	96,71	97,04	97,02
3	PDB atas dasar Harga Berlaku	59,08	60,34	61,41	59,84	60,00
4	PDB atas dasar Harga Konstan	57,48	57,56	57,75	57,17	57,08
5	Total Ekspor Non Migas	14,06	15,68	15,73	14,38	14,17

(Sumber: www.dekop.go.id, diakses 15 Sep 2019)

UMKM juga merupakan usaha yang tidak terpengaruh oleh krisis ekonomi pada tahun 1997-1998 (Badan Pusat Statistik, 2019). Meryana (2012) menyebutkan terdapat tiga keunggulan UMKM sehingga dapat bertahan dari krisis ekonomi. Pertama, UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa. Kedua, UMKM tidak menggunakan bahan baku impor dalam proses produksi namun banyak menggunakan sumber daya lokal. Ketiga, modal UMKM tidak ditopang dari kredit bank namun berasal dari modal sendiri.

UMKM selain mempunyai keunggulan juga menghadapi hambatan dan tantangan sehingga sulit berkembang dan bersaing. Bank Indonesia (2015) menjelaskan bahwa terdapat dua faktor hambatan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia. Pertama, faktor internal yaitu UMKM masih memasarkan

produk dengan cara sederhana *mouth to mouth marketing*. Kedua, faktor eksternal yaitu masih banyak UMKM menggunakan teknologi yang sederhana.

Kota Bukittinggi adalah salah satu kota yang memiliki potensi unggulan di bidang pariwisata. Hal ini menyebabkan tingkat perdagangan di kota ini tinggi. Peluang bisnis ini dimanfaatkan oleh masyarakat sehingga UMKM yang ada di Bukittinggi semakin berkembang. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat tahun 2015, terdapat 681 unit Usaha Mikro, 8.716 unit Usaha Kecil dan 18.953 unit Usaha Menengah.

Namun, UMKM di Bukittinggi juga mengalami hambatan yang berasal dari internal dan eksternal (Riani, 2011). Permasalahan internal UMKM Bukittinggi dibedakan menjadi permasalahan kualitas Sumber Daya Manusia Pemilik UMKM, permasalahan jiwa kewirausahaan pemilik UMKM dan permasalahan manajemen usaha. Permasalahan eksternal UMKM di Bukittinggi terbagi menjadi akses ke pasar input, akses ke pasar output, akses ke lembaga keuangan dan akses informasi.

UMKM di Bukittinggi menerapkan manajemen usaha yang masih bersifat tradisional. Hal ini terlihat dari pemilik UMKM merupakan sekaligus sebagai pelaku usaha. Selain itu UMKM di Bukittinggi tidak mendapatkan bantuan dari tenaga profesional dalam menjalankan usahanya.

Tabel 2. Karakteristik UMKM di Bukittinggi Berdasarkan Manajemen Usaha

Manajemen Usaha	Jumlah	Persentase
Tradisional	64	85,3
Pemisahan Pengelola dan Pemilik	1	1,3
Adanya Pelaporan Akuntansi	10	13,3

(Sumber: Riani, 2011)

Berdasarkan Tabel 2 hanya ada 1 UMKM yang menggunakan tenaga profesional sebagai pengelola manajemen usaha. Selain itu UMKM di Bukittinggi baru bisa melayani pasar lokal dan pasar dalam propinsi saja, belum mampu menembus pasar luar propinsi dan pasar luar negeri (Riani, 2011).

Berbagai bentuk permasalahan yang dihadapi UMKM di Bukittinggi memerlukan penyelesaian yang tepat, terutama mengenai masalah pemasaran. Salah satu solusi mengatasi masalah pemasaran yang dihadapi UMKM adalah dengan pemanfaatan teknologi digital karena akan membantu UMKM memasarkan produk mereka menjadi lebih luas lagi (Krisnawati, 2018). Namun penggunaan teknologi informasi di kalangan pelaku UMKM di Indonesia masih minim (Badan

Pusat Statistik, 2019; Khristianto, Kalnadi, & Lestari, 2015). Hal ini diperkuat dengan data dari Badan Pusat Statistik (2019) yang menyebutkan bahwa baru 6,22% UMKM di Indonesia yang menggunakan komputer dan 9,76% UMKM yang menggunakan internet. Penggunaan internet yang masih minim oleh UMKM merupakan sinyal rendahnya minat penggunaan dan penerimaan teknologi informasi para pelaku UMKM dalam proses bisnis mereka.

Minimnya penggunaan teknologi informasi di Bukittinggi, dikhawatirkan akan menghambat perkembangan UMKM itu sendiri. Untuk meningkatkan penggunaan teknologi informasi, perlu dilakukan analisis untuk mengetahui bagaimana penerimaan dan minat pelaku UMKM di Kota Bukittinggi terhadap penggunaan teknologi informasi. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah model UTAUT.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan salah satu teori yang mampu mengukur dan mempelajari tentang minat penggunaan dan penerimaan teknologi informasi. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, & Davis (2003) yang didasarkan pada kesamaan konseptual dan empiris delapan model penerimaan dan penggunaan teknologi sebelumnya yaitu *Theory of Rational Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM/TAM2), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Model of PC Usage* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dan *Social Cognitive Theory* (SCT).

Venkatesh *et al.* (2003) menyimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dan penerimaan seseorang secara langsung yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* (gender, usia, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan sebagai moderasi). *Performance expectancy* merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi informasi mampu membantu kinerja mereka. *Effort expectancy* merupakan tingkat keyakinan kemudahan penggunaan teknologi informasi. *Social influence* merupakan dorongan dari orang yang lain untuk menggunakan teknologi informasi sedangkan *facilitating condition* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa mereka mendapatkan dukungan dari organisasi dan tersedianya infrastruktur yang dibutuhkan.

Beberapa peneliti telah melakukan pengujian UTAUT baik peneliti di Indonesia maupun peneliti di luar Indonesia dalam konteks minat penggunaan dan penerimaan pelaku UMKM.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu yang Menggunakan Model UTAUT

Peneliti	<i>Performance Expectations</i>	<i>Effort Expectations</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Facilitating Conditions</i>	Industri
Zamrudi & Wicaksono (2018)	Negaif, Tidak Signifikan	-	Positif Signifikan	Positif, Signifikan	UMKM di Kalimantan Timur
Khristianto <i>et al.</i> (2015)	Negatif, tidak sig	Positif, Signifikan	Positif Signifikan	Positif, Signifikan	UMKM di Bandar Lampung
Sa'diya (2017)	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Pendaftaran Online di RSUD dr. M Sowandhie
Abu, Jabar, & Yunus (2015)	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Berpengaruh	-	UMKM Makanan di Malaysia
Handayani & Sudiana (2015)	Tidak Berpengaruh Positif	Tidak Berpengaruh Positif	Berpengaruh Positif	Berpengaruh Positif	Perpustakaan dan Arsip (SIPA) di Kabupaten Buleleng
Mahzan & Lymer (2014)	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Tidak Berpengaruh	Berpengaruh	Auditor Internal di Inggris dan Malaysia

(Sumber: diolah oleh Penulis, 2019)

Berdasarkan Tabel 3 ternyata masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian di antara para peneliti dan juga para peneliti tidak melakukan pengujian secara keseluruhan model yang diusulkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Penelitian ini mencoba menguji kembali model UTAUT untuk mengetahui penerimaan dan minat terhadap penggunaan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Kota Bukittinggi khususnya di Pasar Aur. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah “Analisis Penerimaan dan Minat Penggunaan Teknologi Informasi Pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi: Pendekatan UTAUT Model”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

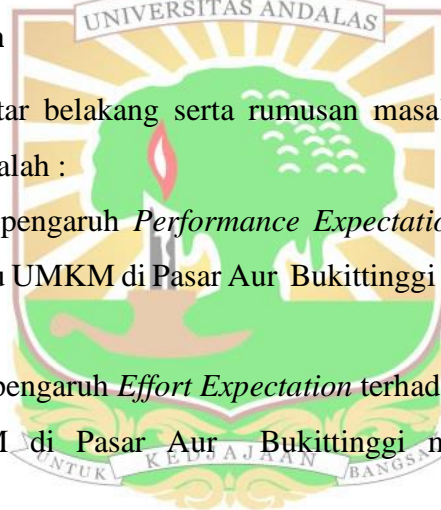
1. Apakah *Performance Expectation* berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi ?

2. Apakah *Effort Expectation* berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi ?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi ?
4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Use Behaviour* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi dalam menggunakan Teknologi Informasi?
5. Apakah *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi berpengaruh terhadap *Use Behaviour* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi dalam menggunakan Teknologi Informasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk melihat pengaruh *Performance Expectation* terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi
2. Untuk melihat pengaruh *Effort Expectation* terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi
3. Untuk melihat pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi menggunakan Teknologi Informasi
4. Untuk melihat pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behaviour* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi dalam menggunakan Teknologi Informasi
5. Untuk melihat pengaruh *Behavioural Intention* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi terhadap *Use Behaviour* pelaku UMKM di Pasar Aur Bukittinggi dalam menggunakan Teknologi Informasi



1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu maupun bagi para praktisi.

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Performance Expectation*, *Effort Expectation*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioural Intention* dan *Use Behaviour* menggunakan Teknologi Informasi

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, diharapkan lebih hati-hati dalam memilih dan menggunakan suatu sistem yang baru. Harus mencari tahu bagaimana penggunaan dan resiko yang mungkin terjadi.

