

IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR PENGHAMBAT IMPLEMENTASI E-COMMERCE OLEH PELAKU UMKM DI KOTA CIMAHI

Dodi Permadi ST., MT¹, Dani Leonidas S ST., MT², Darfial Guslan ST., MT³

Program Studi Logistik Bisnis , Politeknik Pos Indonesia^{1,2,3}

e-mail: dodipermadi@poltekpos.ac.id¹, danileo@poltekpos.ac.id², darfialguslan@poltekpos.ac.id³

Abstrak

Kegiatan perdagangan di masyarakat telah berkembang sangat pesat dipengaruhi salah satunya dengan berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal dengan nama e-commerce. Kota Cimahi merupakan salah satu kota yang berada di propinsi Jawa Barat meliputi 3 Kecamatan yang terdiri dari 15 Kelurahan. Di Kota Cimahi, berdasarkan Direktorat Data Bisnis, ada 2.700 UMKM yang melakukan produksi. Sedangkan yang telah menggunakan teknologi informasi baru 50%.

Dengan mengetahui faktor-faktor yang menghambat mereka untuk mengimplementasikan e-commerce, diharapkan dapat mempermudah para pelaku UMKM untuk membantu mereka untuk mengimplementasikan e-commerce. Pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat para pelaku UMKM untuk mengimplementasikan e-commerce, juga dengan mengetahui faktor-faktor mana yang dominan dari faktor-faktor tersebut. Dengan diketahuinya faktor-faktor penghambat tersebut, diharapkan dapat menjadi masukan untuk Pemkot Cimahi untuk membantu para pelaku UMKM untuk dapat mengimplementasikan e-commerce.

Kata kunci : E-Commerce, UKM, Implementasi, Faktor

Abstract

Trade activities in the community has grown very rapidly influenced one of them with the development of internet-based technology known as e-commerce. Cimahi City is one of the cities located in West Java province covering 3 subdistricts consisting of 15 sub-districts. In Kota Cimahi, based on the Directorate of Business Data, there are 2,700 SMEs in production. While those who have used the new information technology 50%.

By knowing the factors that prevent them from implementing e-commerce, it is hoped that it will make it easier for SME actors to help them to implement e-commerce. The approach taken is to use descriptive statistics to identify what factors are inhibiting the actors of SMEs to implement e-commerce, also by knowing which factors are dominant of these factors. With the knowing of these inhibiting factors, it is expected to be an input for Cimahi municipal government to help the perpetrators of SM to be able to implement e-commerce.

Keywords: E-Commerce, SME, Implementation, Factors

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat pangsa pasar e-commerce di Indonesia memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari total penduduk di Indonesia, pasar e-commerce menjadi tambang emas yang

sangat menggoda bagi sebagian orang yang bisa melihat potensi ke depannya. Seiring berkembangnya jaringan internet di Indonesia, semakin mempermudah pelaku usaha untuk dapat mengimplementasikan e-commerce. Banyak UKM yang ingin mengimplementasikan e-commerce, namun masih mengalami hambatan. Saat ini, UKM di kota Cimahi diperkirakan mencapai 8734, namun yang sudah memiliki izin usaha mikro dan kecil (IUMK) dan surat izin usaha perdagangan (SIUP) baru 2790 UKM.

Dari uraian di atas, maka secara umum tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor penghambat pelaku UKM/UMKM untuk mengimplementasikan e-commerce.

Adapun tujuan khusus yang ditargetkan pada penelitian ini adalah:

1. Menentukan faktor-faktor penghambat pelaku UKM/UMKM untuk mengimplementasikan e-commerce
2. Menentukan faktor-faktor yang dominan yang menjadi penghambat pelaku UKM/UMKM untuk mengimplementasikan e-commerce

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2014:207), pengertian metode statistik deskriptif adalah sebagai berikut: "Metode statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". Metode deskriptif digunakan penulis untuk menggambarkan hasil penelitian dalam menjawab perumusan masalah mengenai gambaran masing-masing variabel yang diteliti.

Setelah melakukan review literatur yang terkait dengan e-commerce, akan dicoba untuk menyusun variabel-variabel apa saja yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Variabel-variabel Yang Digunakan (Faktor-faktor Pendukung / Penghambat E-commerce)

Variabel	Sub Variabel
Dorongan internal	E-commerce penting untuk menekan biaya operasional
	E-commerce penting untuk meningkatkan reputasi perusahaan
	E-commerce penting untuk dapat memilih pasar yang dituju
	E-commerce merupakan bagian dari rencana strategi perusahaan untuk memasuki pasar yang dituju
Hambatan Internal	Keuangan perusahaan merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan E-Commerce

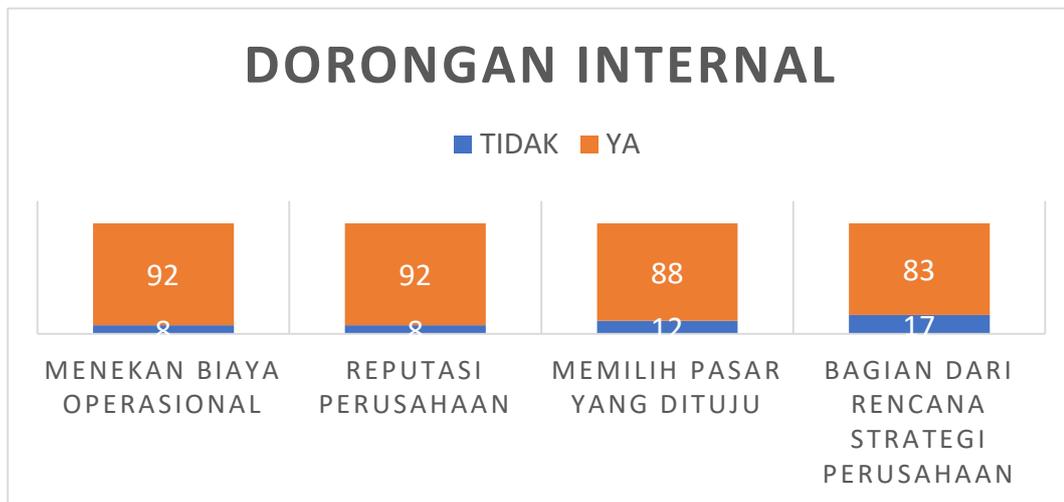
Variabel	Sub Variabel
	Resiko menjalankan E-commerce merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan e-commerce
	Keahlian yang diperlukan untuk menjalankan E-commerce merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan E-commerce
Dorongan Eksternal	Dengan e-commerce, harga barang yang ditawarkan dapat bersaing dengan kompetitor
	Dengan e-commerce, waktu operasional yang diperlukan lebih singkat dibanding dengan metode tradisional
	Anda lebih nyaman menjalankan bisnis dengan E-commerce dibanding dengan metode tradisional
	Dengan E-commerce membuka kesempatan untuk mendapatkan konsumen baru yang lebih besar
Hambatan Eksternal	Dengan E-commerce, konsumen berisiko untuk mengeluarkan biaya lebih dalam melakukan transaksi
	Dengan E-commerce, konsumen beranggapan bahwa waktu kirim menjadi kendala bagi konsumen
	Keamanan transaksi keuangan merupakan kendala bagi konsumen dalam kegiatan E-commerce
	Mengakses Internet menjadi kendala bagi konsumen

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil analisis deskriptif dari variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini.

2.1 Dorongan Internal

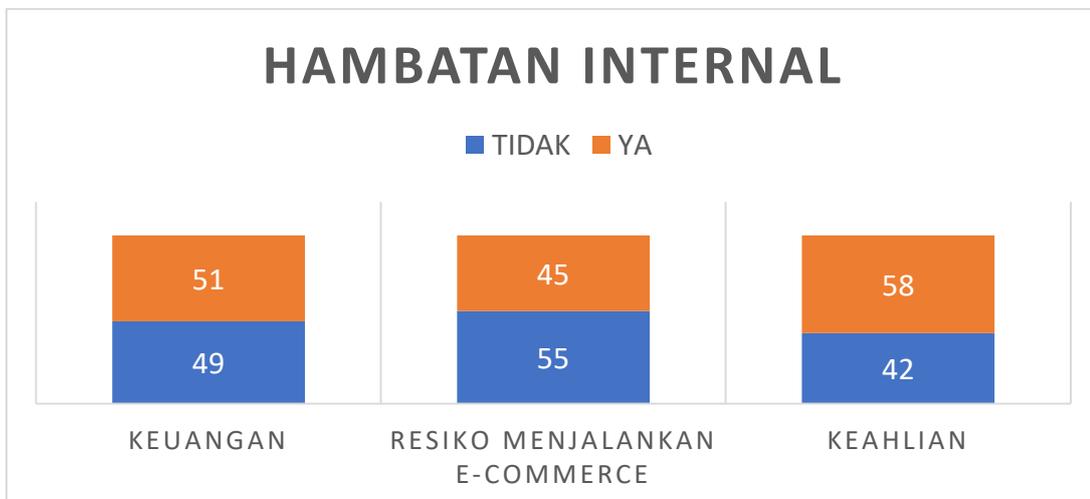
Hasil pengolahan data deskriptif dari kuesioner menunjukkan dari 4 variabel dorongan internal semua variabel mendapat persetujuan sebagai dorongan untuk mengimplementasi e-commerce rata-rata 88,75%.



Gambar 1 Diagram Batang Jawaban Responden (Dorongan Internal)

2.2 Hambatan Internal

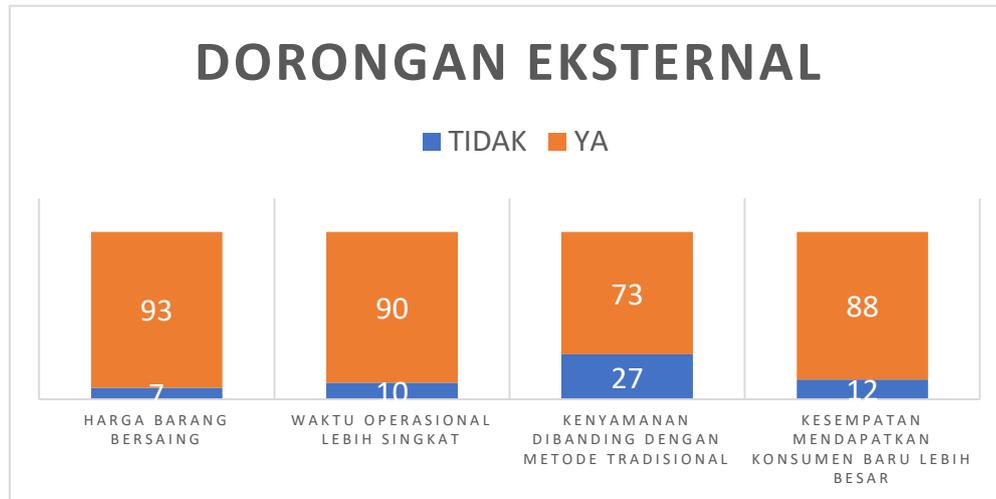
Hasil pengolahan data deskriptif dari kuesioner menunjukkan dari 3 variabel hambatan internal semua variabel mendapat persetujuan sebagai hambatan untuk mengimplementasi e-commerce rata-rata 51,33%.



Gambar 2 Diagram Batang Jawaban Responden (Hambatan Internal)

2.3 Dorongan Eksternal

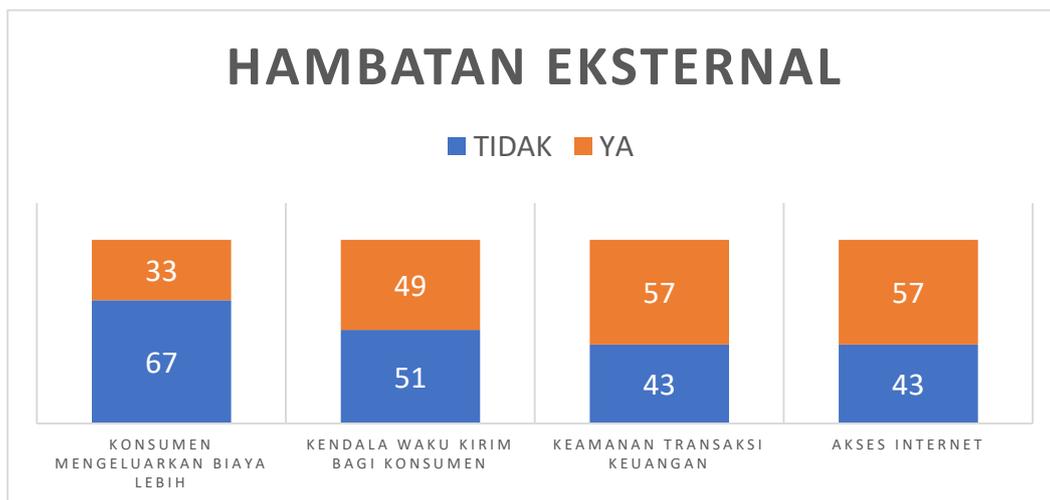
Hasil pengolahan data deskriptif dari kuesioner menunjukkan dari 4 variabel dorongan eksternal semua variabel mendapat persetujuan sebagai dorongan untuk mengimplementasi e-commerce rata-rata 86 %.



Gambar 3 Diagram Batang Jawaban Responden (Dorongan Eksternal)

2.4 Hambatan Eksternal

Hasil pengolahan data deskriptif dari kuesioner menunjukkan dari 4 variabel hambatan eksternal semua variabel mendapat persetujuan sebagai hambatan untuk mengimplementasi e-commerce rata-rata 49 %.



Gambar 4. Diagram Batang Jawaban Responden (Hambatan Eksternal)

Focus Discussion Group dilakukan untuk lebih mengeksplorasi lagi variabel-variabel apa yang dapat menjadi hambatan bagi para pelaku UKM untuk mengimplementasikan e-commerce. Peserta FGD adalah pelaku jualan online dan kepala seksi UKM Pemkot Cimahi.

Beberapa catatan yang didapat dari hasil FGD ini adalah sebagai berikut :

- a. Tiap jenis barang memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga hambatan menjual barang secara online untuk tiap jenis barang tidak dapat disamakan. Contoh, Hambatan untuk menjual produk makanan secara online berbeda dengan hambatan untuk menjual produk elektronik secara online.
- b. Berjualan secara online lebih cocok untuk produk jenis fashion dan elektronik, dibandingkan dengan produk makanan, namun untuk makanan dapat dilakukan dengan penjualan dengan wilayah terbatas.
- c. UKM memerlukan keahlian untuk membuat “*branding*” atau cara memasarkan produknya.
- d. SDM untuk mengelola bisnis e-commerce masih susah untuk dicari.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis deskriptif yang diolah dari hasil kuesioner dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Pelaku UKM di kota Cimahi didominasi oleh perempuan.
- 3 Kelompok usia dominan pelaku usaha adalah rentang usia 36-45 dan 46-55, diikuti kelompok usia 26-35.
- 3 Jenis usaha UKM yang dominan adalah makanan, kerajinan, dan fashion.
- Dari keempat Variabel dorongan internal yang ditanyakan, secara rata-rata, 88,75 % responden setuju bahwa variabel yang digunakan (e-commerce penting untuk menekan biaya operasional, e-commerce penting untuk meningkatkan reputasi perusahaan anda, e-commerce penting untuk dapat memilih pasar yang dituju, dan e-commerce merupakan bagian dari rencana strategi perusahaan untuk memasuki pasar yang dituju) merupakan dorongan internal bagi perusahaan untuk menjalankan e-commerce.
- Dari ketiga variabel hambatan internal yang ditanyakan, secara rata-rata, 49 % responden setuju bahwa variabel yang digunakan (keuangan perusahaan merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan e-commerce, risiko menjalankan e-commerce merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan e-commerce, dan keahlian yang diperlukan untuk menjalankan e-commerce merupakan hambatan bagi anda untuk menjalankan e-commerce) merupakan hambatan internal bagi perusahaan untuk menjalankan e-commerce.
- Dari keempat Variabel dorongan eksternal yang ditanyakan, secara rata-rata, 86 % responden setuju bahwa variabel yang digunakan (Dengan e-commerce harga barang yang ditawarkan dapat bersaing dengan kompetitor, dengan e-commerce waktu operasional yang diperlukan lebih singkat dibanding dengan metode tradisional, Anda lebih nyaman menjalankan bisnis dengan e-commerce dibanding dengan metode tradisional, dan dengan e-commerce membuka kesempatan untuk mendapatkan konsumen baru yang lebih besar) merupakan dorongan eksternal bagi perusahaan untuk menjalankan e-commerce.
- Dari keempat Variabel hambatan eksternal yang ditanyakan, secara rata-rata, 49 % responden setuju bahwa variabel yang digunakan (Dengan e-commerce konsumen beresiko untuk mengeluarkan biaya lebih dalam melakukan transaksi, dengan e-commerce konsumen beranggapan bahwa waktu kirim menjadi kendala bagi konsumen, keamanan transaksi keuangan merupakan kendala bagi konsumen dalam kegiatan e-commerce, dan mengakses internet menjadi kendala bagi konsumen) merupakan hambatan eksternal bagi perusahaan untuk menjalankan e-commerce.
- Hasil validitas terhadap variabel yang digunakan menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan merupakan variabel yang valid..

- Hasil reliabilitas terhadap variabel yang digunakan menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan merupakan variabel yang reliabel.

5. SARAN

1. Pemkot Cimahi dapat membantu UKM dengan meningkatkan keahlian pelaku UKM untuk mengimplementasikan E-commerce dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang diperlukan, terutama mengenai bagaimana untuk memulai.
2. Dikarenakan salah satu hambatan eksternal yang dirasakan oleh UKM adalah akses internet, peningkatan akses internet bagi para pelaku ukm juga perlu dilakukan.
3. Penjelasan mengenai transaksi keuangan online yang aman perlu diberikan oleh pihak yang berwenang kepada para pelaku UKM dengan difasilitasi Pemkot Cimahi.
4. Perlu diidentifikasi lagi hal-hal lain yang menjadi hambatan baik internal maupun eksternal yang belum tercakup dalam variabel yang digunakan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Audita Nuvriasari., Peran dukungan organisasional, kompetensi teknologi, dan lingkungan eksternal dalam rangka mendorong pengadopsian e-commerce pada usaha kecil menengah Kota Cimahi Dalam Angka 2016. BPS Kota Cimahi

Joseph F. Hair, Jr., William C. Black., Barry J. Babin., Rolph E. Anderson (2010).Multivariate Data Analysis, 7th Edition; Pearson

Laporan Penyusunan Pengolahan Data Direktori Bisnis Kota Cimahi, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Cimahi 2015

Umi Nur Fadila., Hanim Maria Astuti., Feby Artwodini Muqtadiroh. Analisis Faktor Kesuksesan E-Commerce Pada UMKM Di Jawa Timur 2014

Vidi Arini Yulimar., Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengadopsian electronic commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan (Studi pada Perusahaan Kecil dan Menengah di Indonesia) 2006 (<https://www.gadgetlive.co.id/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-tahun-2016-mencapai-319-triliun/>)
(<http://www.titimangsa.com/2017/01/17/dua-program-pemberdayaan-bagi-ukm-ala-diskoperindag-kota-cimahi/>).

(<http://www.inilahkoran.com/berita/bandung/52132/perkembangan-umkm-cimahi-sangat-potensial>)