



**FAKTOR FAKTOR PENGHAMBAT UMKM DI KABUPATEN TANAH
DATAR DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI
DAN JARINGAN USAHA**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:

**YULHANIVA
1830402118**


**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2022M /1443H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Yulhaniva, NIM: 1830402118, dengan judul **"Faktor-faktor Penghambat UMKM di Kab. Tanah Datar Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan sidang munaqasah.

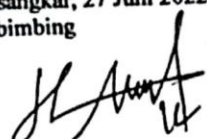
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



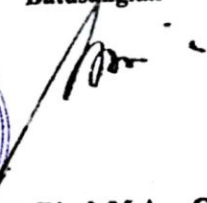
Gampito, S.E., M.Si
NIP. 196702192005011005

Batusangkar, 27 Juni 2022
Pembimbing



Febria Rahim, S.Pd, SE., ME

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar

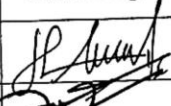
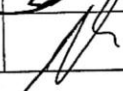


Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 2002121 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama YULHANIVA, NIM 1830402118 dengan judul : **"Faktor-Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha"** telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Senin, 01 Agustus 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu (S.1) pada jurusan Ekonomi Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/Nip Tim	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Febria Rahim, S.Pd., SE., ME NIP. -	Ketua/ Pembimbing		15/8-2022
2.	Muhammad Deni Putra, ME NIP. 19910611020190310114	Anggota/ Penguji I		15/8 - 2022
3.	Nita Fitria, SE., I., MA NIP. -	Anggota/ Penguji II		9/8/2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M. Ag. CRP®
NIP. 197310072002121001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulhaniva
NIM : 1830402118
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Faktor-faktor penghambat UMKM di Kab. Tanah Datar Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 30 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Yulhaniva
NIM. 1830402118

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Yulhaniva
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar/16 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Motto : Jalan Terus Pantang Mundur, Kalau Capek, di Gojek-in Aja
Email : Yulhaniva16@gmail.com
Alamat : Tanjung Pauh, Singingi Hilir, Kuantan Singingi, Riau
Riwayat Pendidikan : SDN OO4 Tanjung Pauh
: MTSS Pondok Pesantren Ubudiyatussalam Kampar Kiri
: MAN 3 Kampar
: UIN Mahmud Yunus Batusangkar
Riwayat Organisasi : Pengurus Fornasmesya Wilayah I Th 2019-2021
: Sekretaris Umum HMJ Ekonomi Syariah Th 2020
: Sekretaris Umum SEMA FEBI Th 2021
: Pengurus PC IMM Tanah Datar 2022
Keluarga
Ayah : Zulhaimi
Ibu : Yusdiana
Kakak Perempuan : Yelvi Tadilla, SP.d
Adik Laki-laki : Dafit Akbar
Anak ke : 2 (Kedua)

KATA PERSEMBAHAN



*Assalamu'alaikum Wr. Wb
Bismillahirrahmanirrahim*

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhan lah hendaknya kamu berharap (Qs. Al-Insyirah: 5-8)

Ada yang lebih dekat dari urat leher, dan ada yang selalu memperhatikan lewat detak jantung. Kepada tuhanKu, yang nikmat-Nya tak pernah habis mengalir lewat pembuluh dan saraf. Keajaiban yang terus muncul tak terduga disela-sela keputusan, Terimakasih ya Rabb.

*Shalawat dan salam mengalir dan terlimpahkan kepada Rasulallah Muhammad SAW, sang revolusioner Islam, penerang kegelapan dan pembangun peradaban.
Allahuma shalli' alaa Muhammad Wa'ala Alihi Muhammad.*

Untuk Ayahanda & Ibunda Tercinta

Lembaran ini tidak akan cukup untuk menceritakan tentangnya. Ayah IbuKu Tersayang terimakasih telah mendidikku dari aku kecil sampai anak mu tumbuh dewasa seperti sekarang, aku yang keras kepala selalu bisa engkau taklukkan dengan bumbu kesabaran dan didikan yang selalu engkau hadirkan, terimakasih juga untuk cinta yang selalu engkau berikan setiap saatnya kepadaku, Ayah IbuKu Terkasih, di saat semua orang mematahkan semangatku untuk melanjutkan sekolahku, hanya engkaulah yang selalu mendukungku, terimakasih untuk perjuangan yang tak terhingga, menyekolahkan aku hingga saat ini Gelar sarjana itu telah berada di belakang namaku. Ayah IbuKu tercinta, yang selalu terlihat baik-baik saja disaat mereka sedang tidak baik-baik saja. Yang selalu mengajarkan aku makna dari sebuah kata Kuat, darimu

aku belajar banyak hal, belajar bagaimana mengeluh tanpa menangis, bersabar dan tetap tersenyum meskipun halangan dan rintangan datang bagaikan hujan,

Ku persembahkan sebuah karya kecil ini untuk ayahanda dan ibunda ku tercinta, yang tiada pernah mengeluh, tiada pernah hentinya selama ini memberi do'a, semangat, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada di depanku. Alhamdulillah putri kecilmu sudah Sarjana Ayah Ibu . I Love You So Much.

Disetiap langkahku aku selalu berusaha untuk dapat mewujudkan harapan-harapan yang Ayah dan Ibu impikan selama ini, meski semua itu belum dapat ku raih, namun Insyallah atas dukungan doa restu semua impian itu kan terjawab di masa yang penuh kehangatan nanti.

Untuk Nenekku Tersayang

Dia adalah wanitaku, orang tuaku, wanita yang selalu aku peluk dan cium kemanapun aku hendak bepergian, sehat selalu nenekku tersayang, tanpa doa darimu aku bukanlah apa-apa. Aku persembahkan karya kecil ini untukmu wanitaku yang selalu terlihat baik-baik saja disaat sedang tidak baik-baik saja, selalu mendukung setiap langkahku, do'a yang tak pernah berhenti mengalir, nasehat, kasih sayang amak untuk ku.

I Love You So Much

Untuk Keluarga Besarku

Mak dang, ama, mak nga, mak inggi, mak etek, mak cik, etek ipet, atuk, apak, etek semua. Terima kasih banyak atas semua yang telah diberikan kepadaku, terima kasih atas segala do'a, nasehat, dukungan, bantuan dan kasih sayangnya kepadaku.

Untuk Kakakku Tersayang Yelvi dan Adikku Tercinta Dafit

Thank you so much for everything, for the love, support and advice that you always give me. Forgive me if i always selfish with my own desires, Forgive me if i often hurts my heart. My sister, you are he second woman after my mother who i love yo so much. My brother, you are he second love that i will never forget

Thanks for everything and I Love You So Much

Untuk Pembimbing Skripsiku

Wanita ini bernama Febria Rahim, S.Pd., SE., ME yang selalu ku panggil dengan sebutan Ibu. Ibu terimakasih banyak untuk semua yang telah engkau berikan kepadaku, untuk waktumu yang terbuang demi membimbingku, untuk support yang selalu membangkitkan semangatku serta untuk omelan kecil mu yang selalu menyadarkan aku akan kelalaian ku. Terimakasih untuk sabar dan perhatian yang selalu engkau berikan untuk kami anak bimbinganmu. Selembar kertas ini idak akan cukup untuk menyampaikan ribuan terimakasihku untukmu, berkat bantuan dan jasa-jasamu aku telah selesai melaksanakan tugas ku selaku mahasiswa di Universitas Mahmud Yunus Batusangkar . Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan mu dengan ribuan pahala yangtak tehingga.

Aamiin

Untuk Sahabat-sahabatku

Terima kasih buat kalian yang telah memberikan semangat, dorongan sehingga ku bisa menyelesaikan karya ini. Tak ada tempat terbaik untuk berkeluh kesah selain bersama sahabat-sahabat terbaik. Widya Wahyuni, Agung Satra Wijaya, Heru Ptrasetyo, Indah Wulandari, Atika Pratiwi, SE, Novira Salshabila, SE, Ratih Febriza, SE, Rian Ramadani, SE, Saldi Huda A, SE, Silfia Rahmadani, SH, Wendri Satria Mardas, SE, Yola Nopita Sari, SE Dan Bundahara cantik

(Yolan Sari, SE) wanita baik yang selalu mengerti, dan membantu setiap kesulitan dalam langkahku.

Thank you so much for everything, love you all's.

Untuk Ikatanku (Merah Maron), HMJ, SEMA FEBI

Terimakasih banyak telah mengajarkan aku untuk menjadi wanita yang pemberani, wanita yang tau bagaimana dalam mengemban amanah, bertanggungjawab, menghargai satu sama lain, mengajarkanku menjadi wanita yang tegar. Terimakasih kepada teman-teman ikatan ku yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi serta do'a dari teman-teman semua. Thank you so much.

Untuk Teman-teman BP'18

Ucapan terimakasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya yang ada di UIN Mahmud Yunus Batusangkar khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Terimakasih untuk waktu 4 tahunnya, terimakasih untuk segala memori yang kita rajut dalam setiap harinya, canda tawa dan juga sedih yang telah kita lalui, serta solidaritas yang luar biasa dari kawan-kawan semua, sehingga masa perkuliahan selama 4 tahun lamanya ini begitu sangat berarti. Semoga saat-saat indah itu akan menjadi kenangan yang paling indah.

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan di kejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai yang mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar gapailah mimpi mu. Terima kasih banyak untuk orang-orang baik yang ada disekelilingku yang namanya tidak dapat ku sebutkan satu persatu. Sekali lagi terimakasih.

Semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

*Billahi Fii Sabilillah, Fastabiqul Khairat
Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

*Batusangkar, Agustus 2022
Penulis,*

*YULHANIVA
NIM 1830402118*

ABSTRAK

Yulhaniva, NIM 1830402118, Judul Skripsi : “Faktor-Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha”. Program S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

Masalah dalam penelitian ini adalah di era revolusi 4.0 pada saat sekarang penggunaan teknologi informasi dan jaringan usaha bukanlah hal yang biasa, melainkan sudah menjadi sebuah kewajiban oleh masing-masing pemilik usaha, baik penggunaan teknologi untuk pengelolaan administrasi maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Begitu juga dengan luasan jaringan usaha yang digunakan untuk mempermudah permodalan sebuah usaha sampai dengan memperluas jangkauan pemasaran produk yang di tawarkan. Namun di Kabupaten Tanah Datar hanya sedikit pemilik UMKM yang mampu menggunakan hal tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penghambat apasaja yang mempengaruhi pemilik UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sampel sumber data dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling* berdasarkan kriteria tertentu serta wawancara kepada salah seorang pegawai Dinas Koperindagpasam Tanah Datar. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah mengumpulkan langsung dari lapangan dengan teknik wawancara.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hambatan yang menyebabkan UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha adalah disebabkan oleh kurangnya kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas, serta lemahnya kemampuan dalam manajemen usaha, manajemen waktu, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta rendahnya minat pemilik UMKM dalam memanfaatkan Jaringan usaha sebagai sarana pemasaran skala nasional.

Kata Kunci : UMKM, Teknologi Informasi, Jaringan Usaha

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Saw, selaku penutup segala Nabi dan Rasul yang diutus dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia, sebagai personifikasi yang utuh dari ajaran Islam dan sebagai tumpuan harapan pemberi cahaya syari'at di akhir kelak.

Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. Adapun judul dari SKRIPSI ini adalah **“FAKTOR FAKTOR PENGHAMBAT UMKM DI KABUPATEN TANAH DATAR DALAM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN JARINGAN USAHA”**.

Penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang penulis terima. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dengan ikhlas membantu penulis dari awal hingga terselesainya skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih terutama kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua Ayah Zuhaimi dan Ibu Yusdiana yang selalu memberikan motivasi serta dukungan baik secara moril maupun material. Untuk kedua orang tua penulis semoga selalu diberi kesehatan dan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT.

Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini banyak bantuan, motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak. Dalam konteks ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M. Sc, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberi kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
2. Dr. H. Rizal, M. Ag, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang telah member

kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

3. Gampito, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang telah member kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
4. Febria Rahim, S.Pd., SE., ME selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian, serta arahan untuk membimbing penyusunan skripsi ini.
5. Muhammad Deni Putra, ME selaku dosen penguji sidang mnaqasah yang telah menguji dan memberikan masukan yang berharga.
6. Nita Fitria, SE.I, MA selaku dosen penguji sidang mnaqasah yang telah menguji dan memberikan masukan yang berharga.
7. Staf Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti dalam masa perkuliahan.
8. Kepada Kakak kandung penulis Yelvi Tadilla, S.Pd dan Adik Kandung Penulis Davit Akbar, yang telah menjadi penyemangat dan memberikan motivasi dan memberikan nasihat serta selalu mendo'a kan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 khususnya teman-teman lokal Ekonomi Syariah C yang telah membantu dan memberikan motivasi dari awal kuliah sampai selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu kritikan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Batusangkar, Agustus 2022
Penulis,

YULHANIVA
NIM 1830402118

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Teknologi Informasi	9
2. Jaringan Usaha.....	15
3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	19
B. Penelitian yang Relevan	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Latar dan Waktu Penelitian	38
C. Instrumen Penelitian.....	39
D. Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisa Data	41
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Kabupaten Tanah Datar	44
1. Sejarah singkat Kabupaten Tanah Datar.....	44
2. Visi Misi Kabupaten Tanah Datar	45
3. Aspek Geografi dan Demografi	45
B. Hasil Penelitian.....	47
1. Faktor Penghambat UMKM di Kabuapten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha.....	47
C. Pembahasan	57
1. Hambatan UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi	57
2. Hambatan Pemasaran produk UMKM Kabupaten Tanah Datar melalui Jaringan Usaha.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM per-Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar	3
Tabel 1. 2 Jumlah UMKM yang telah menggunakan Teknologi Informasi Dan Jaringan Usaha Di Kabupaten Tanah Datar	4
Tabel 2. 1 Karakteristik UMKM	27
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM berdasarkan Aset dan Omset	29
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	39
Tabel 4. 1 Batas wilayah Kabupaten Tanah Datar	46
Tabel 4. 2 Luas Wilayah Adminitrasi Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sekarang Teknologi Informasi telah membuat banyak kemudahan dalam kehidupan dan aktivitas manusia. Terkhusus dalam bidang bisnis, perdagangan barang dan jasa. Produsen dan konsumen sudah banyak yang menikmati manfaat dari Internet untuk memajukan usahanya bahkan memenangkan persaingan. Sebagai pelaku usaha sebaiknya mengetahui dan harus memahami pemanfaatan Teknologi Informasi terutama untuk memasarkan hasil usahanya, dengan demikian biaya yang diperlukan untuk memasarkan hasil produk relatif murah dengan jangkauan yang luas. Dalam era digital ini dibutuhkan kemampuan yang berbeda dibandingkan era sebelumnya. Penguasaan teknologi informasi menjadi sangat penting dalam mempercepat Revolusi Industri 4.0, salah satu kegiatan yang berpengaruh dengan hadirnya Revolusi 4.0 ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (Sutopo, 2018)

Kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Membahas pentingnya usaha kecil dan menengah (UKM) dalam pengembangan ekonomi mencatat bahwa UKM merupakan tulang punggung dari kemajuan sosial ekonomi (Febriyantoro, 2018). UMKM yang menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. (Tambunan T. , 2019)

Menurut (Adawiyah, 2013) Pentingnya keberadaan usaha UMKM disuatu negara tidak terlepas dari adanya hambatan yang menghalangi untuk berkembang UMKM, terutama agar dapat bersaing pada Revolusi Industri 4.0. bentuk hambatan tersebut bisa datang dari faktor internal maupun dari faktor external, salah satu faktor internal yang mempengaruhi perkembangan UMKM tersebut adalah mesih sedikitnya jaringan usaha yang dimiliki serta

penggunaan teknologi informasi yang masih minim sehingga belum mampu menjangkau pemasaran berskala nasional maupun internasional.

Pada konteks pelaku usaha kecil, peran teknologi informasi sangat penting mengingat kompetitor atau pesaing UMKM tidak hanya dari bisnis lokal atau regional tetapi telah melibatkan pelaku usaha bisnis berskala internasional. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi pelaku usaha merupakan salah satu faktor penting dalam UMKM untuk meningkatkan skala ekonomi, pengelolaan bisnis yang efisien dan memperluas pangsa pasar. UMKM yang memiliki jaringan usaha yang kuat akan menjadi modal untuk dapat melaksanakan kegiatan operasinya secara efektif dan efisien, sehingga jaringan usaha juga dapat menjadi modal daya saing UMKM. Bahkan dalam persefektif rantai pasokan (*supply chain*), persaingan usaha terjadi bukan antar individu UMKM tetapi antar rantai pasokan, yang di dalamnya terdapat sekelompok perusahaan dari hulu ke hilir sebagai suatu tim yang secara bersama-sama menghasilkan/ menyampaikan produk dan layanan kepada konsumen. Dengan kata lain berarti persaingan bisnis terjadi antar jaringan, jadi UMKM yang memiliki jaringan yang kuat akan memiliki daya saing yang kuat serta dapat meningkatkan UMKM. Jaringan Usaha (*Business Networks*) adalah kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan dengan pihak ketiga (perusahaan lain, lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dicapai produktivitas dan daya saing yang tinggi yang pada akhirnya perusahaan dapat mencapai profit dan perkembangan usaha yang diharapkan. (Irawan Dandan, 2020)

Bentuk Penggunaan Teknologi Informasi yang dapat digunakan berupa pemanfaatannya melalui teknologi informasi yang dapat menyimpan, mengelola, rekapitulasi keuangan serta mendistribusikan informasi untuk memasarkan produk agar dikenal masyarakat luas. Selain dari teknologi informasi, jaringan usaha juga mampu juga merupakan faktor penting dalam bisnis UMKM untuk meningkatkan skala ekonomi, pengelolaan bisnis

yang efisien dan memperluas pangsa pasar. UMKM yang memiliki jaringan usaha yang kuat akan menjadi modal untuk dapat melaksanakan kegiatan operasinya secara efektif dan efisien, sehingga jaringan usaha juga dapat menjadi modal daya saing perusahaan. Bahkan menurut (*supply chain*), persaingan usaha terjadi bukan antar individu perusahaan tetapi antar rantai pasokan, yang di dalamnya terdapat sekelompok perusahaan dari hulu ke hilir sebagai suatu tim yang secara bersama-sama menghasilkan/ menyampaikan produk dan layanan kepada konsumen. Dengan bahasa yang lain ini berarti persaingan bisnis terjadi antar jaringan. Jadi perusahaan yang memiliki jaringan yang kuat maka akan memiliki daya saing yang kuat. (Dewi Suryani Purba dkk, 2021)

Kabupaten Tanah Datar yang terletak pada provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah yang perekonomiannya bergerak dari sektor Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM). Di daerah Tanah Datar kegiatan UMKM banyak bergerak pada usaha makanan dan minuman serta kerajinan. Berikut ini merupakan data jumlah UMKM perkecamatan yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar pada Tahun 2021

Tabel 1. 1
Jumlah UMKM per-Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar

NO	KECAMATAN	JUMLAH UMKM
1.	X Koto	161
2.	Batipuh	242
3.	Batipuh Selatan	24
4.	Pariangan	209
5.	Rambatan	72
6.	Lima Kaum	108
7.	Tanjung Emas	70
8.	Padang Ganting	104
9.	Lintau Buo	17
10.	Lintau Buo Utara	61
11.	Sungayang	25
12.	Sungai Tarab	330
13.	Salimpaung	118
14.	Tanjung Baru	109
Tanah Datar		1.650

Sumber: BPS Tanah Datar 2021

Dari tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah UMKM pada Kabupaten tanah datar yang terdaftar pada badan pusat statistik sebanyak 1650 usaha, dimana UMKM tersebut menyebar pada seluruh kecamatan, yakni 14 Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar. Dari data ini juga terlihat bahwa Kecamatan yang paling banyak memiliki UMKM adalah Kecamatan Sungai Tarab yang mencapai 330 UMKM. Banyaknya jumlah UMKM yang berada di Kabupaten Tanah datar ini tidak sejalan dengan keinginan dan kemampuannya UMKM dalam menggunakan, teknologi informasi dan jaringan usaha. Hal ini terlihat dari tabel di bawah ini.

Dari 1.650 UMKM di Kabupaten Tanah Datar sebagian besar belum memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan jaringan usaha, pada Tahun 2021 hanya ada 60 UMKM yang telah menggunakan teknologi informasi dan jaringan usaha, seperti data yang tercantum dibawah ini

Tabel 1. 2
Jumlah UMKM yang telah menggunakan Teknologi Informasi Dan Jaringan Usaha Di Kabupaten Tanah Datar

NO	KECAMATAN	JUMLAH UMKM
1.	X Koto	-
	Batipuh	-
2.	Batipuh Selatan	-
3.	Pariangan	7
4.	Rambatan	3
5.	Lima Kaum	12
6.	Tanjung Emas	4
7.	Padang Ganting	2
8.	Lintau Buo	1
9.	Lintau Buo Utara	5
10.	Sungayang	6
11.	Sungai Tarab	14
12.	Salimpaung	6
13.	Tanjung Baru	-
	Tanah Datar	60

Sumber: Koperindagpastam Tanah Datar 2021

Berdasarkan data Tabel 1.2 di atas terlihat bahwa dari 14 kecamatan yang memiliki UMKM, hanya 10 saja yang sudah mampu menggunakan

Teknologi Informasi. Jika dipersentasekan hanya sekitar 3,6 % saja UMKM yang sudah menggunakan teknologi informasi dan jaringan usaha. Sedikitnya UMKM yang mampu menggunakan teknologi informasi di Kabupaten Tanah Datar. Kondisi ini sangat rendah sekali jika kita bandingkan dengan beberapa kabupaten kota di luar Tanah Datar seperti Kota Bandung terdapat 1.623 dari 6.140 UMKM yang telah menggunakan Teknologi informasi dan jaringan usaha. Di kota jogjakarta terdapat 54% dari 521.000 UMKM yang terdaftar yang telah mampu menggunakan teknologi informasi dan jaringan usaha.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik melakukan penelitian terhadap UMKM yang ada di Kabupaten Tanah Datar ini dalam sebuah tulisan yang dituangkan dalam skripsi mengenai **“Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas maka penelitian ini difokuskan kepada Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apasaja Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam Menggunakan Teknologi Informasi
2. Apasaja Faktor Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam Menggunakan Jaringan Usaha

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang menjadi Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam Menggunakan Teknologi Informasi

2. Faktor apa saja Penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam Menggunakan Jaringan Usaha

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menunjang perkuliahan pada mata kuliah Kewirausahaan pada semua jurusan di Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mahmud yunus Batusangkar
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat membantu atau memayungi mahasiswa dalam membuat skripsi yang berkaitan tentang Faktor penghambat UMKM di Tanah Datar dalam menggunakan teknologi informasi

b. Manfaat Praktis

1) Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan motivasi tentang pentingnya penggunaan teknologi dan jaringan usaha pada UMKM.

2) Bagi Pemerintahan Daerah

Hasil penelitian ini dapat juga digunakan sebagai bahan acuan dalam pertimbangan penganbilen keputusan untuk peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Tanah Datar.

2. Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian ini adalah dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah minimal tersinta 4

F. Definisi Operasional

Agar memudahkan unuk memahami permasalahan, maka penulis memandang perlu menjelaskan secara singkat maksud dari masalah dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Penghambat

Dalam KKBI faktor penghambat merupakan keadaan atau kendala yang menghalangi kemajuan atau pencapaian sesuatu hal. Dalam penelitian ini faktor penghambat yang dimaksud adalah faktor penghambat pertumbuhan UMKM yang dilihat dari sisi internal berupa penggunaan teknologi informasi dan jaringan usaha.

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengertian UMKM adalah suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia ialah seperti : Industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia. Sedangkan UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini adalah UMKM yang bergerak di bidang industri pengolahan pangan, yang kepemilikan usaha ialah milik pribadi, usia usahanya telah berdiri selama minimal 7 tahu.

3. Teknologi Informasi

Pengertian Teknologi Informasi adalah merupakan teknologi yang memanfaatkan pengolahan data, pemrosesan, memperoleh, penyimpanan, mengolah data dengan bermacam cara dalam rangka untuk mendapatkan hasil informasi yang berkualitas. Sementara Teknologi Informasi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah suatu perangkat yang dapat membantu pelaku UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam memberi informasi kepada masyarakat atau yang dimaksud dengan konsumen terkait produk yang dihasilkan dan yang disediakan, serta berbagai hal yang dapat mempermudah pemasaran, seperti media sosial (Whatsapp, lapak Intagram, Facebook, Twiter, dll) database, rekapitulasi data keuangan serta pemanfaatan *market place*. Maka, dalam penelitian ini, peneliti fokus pada teknologi informasi yang digunakan oleh UMKM berbasis rekapitulasi data keuangan, pemanfaatan *market place* dan media sosial sebagai media pemasaran.

4. Jaringan Usaha

Jaringan Usaha (Business Networks) adalah kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan dengan pihak ketiga (perusahaan lain,

lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dicapai produktivitas dan daya saing yang tinggi yang pada akhirnya perusahaan dapat mencapai profit dan perkembangan usaha yang diharapkan. Semenara yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah adanya kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Tanah Datar dengan pihak ketiga (perusahaan lain, lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh pelaku untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, baik kerjasama dari segi modal, bahan baku produksi sampai dengan penjualan produk yang diawarkan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi akan mempengaruhi keunggulan biaya apabila mampu mengendalikan segala sesuatu yang memicu biaya dan melakukan konfigurasi ulang terhadap rantai nilai agar mendapat cara efisien. Pengaruh teknologi terhadap diferensiasi adalah keunikan produk yang mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan lain. Contoh perubahan proses yang dapat menekan biaya adalah perusahaan sektor makanan dengan cara menggunakan inovasi teknologi website dalam peningkatan kualitas yang bisa terhubung dengan media sosial secara gratis, pembayaran online, dan informasi lainnya. Hadirnya Teknologi Informasi (TI) mengubah cara dalam bisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dengan cara konvensional. TI merupakan salah satu pilar utama pembangunan peradaban manusia saat ini yang harus mampu memberi nilai tambah bagi masyarakat luas (Moh. Kurdi, 2020).

Teknologi Informasi adalah seperangkat alat yang membantu Anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. TI tidak hanya terbatas dengan komputer (hardware-software) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Menurut (Andriyanto, 2019) Teknologi informasi melakukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara dan video. Pada saat ini dalam setiap melakukan kegiatan sehari-hari selalu didukung oleh teknologi informasi, dari memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti mencari makanan, pakaian, pulsa, informasi untuk belanja, bahkan dijadikan alat untuk menjalankan usaha atau bisnis. Hal ini

tidak hanya dilakukan oleh pengusaha kecil saja melainkan juga perusahaan yang sudah besar. Penggunaan informasi teknologi sudah hampir semua perusahaan besar sudah menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat pendukung seluruh aktifitas bisnis yang di kelola baik yang berbentuk offline maupun online. (Moh. Kurdi, 2020)

Pengertian Teknologi Informasi ialah merupakan teknologi yang memanfaatkan pengolahan data, pemrosesan, memperoleh, penyimpanan, mengolah data dengan bermacam cara dalam rangka untuk mendapatkan hasil informasi yang berkualitas. Maksud dari informasi berkualitas adalah informasi relevansi, tepat waktu dan akurat, dipakai sendiri, dipakai bisnis, atau pemerintahan dan berupa informasi yang strategis untuk digunakan sebagai alat bantu dalam mengambil keputusan. Teknologi Informasi memanfaatkan perangkat komputer sebagai alat pengolahan data, sedangkan networking guna menyambungkan antar komputer, sedangkan teknologi telekomunikasi untuk menyebarkan data dan dan diakses (Agus Pitoyo, 2018)

Teknologi adalah alat untuk mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Pemanfaatan teknologi terhadap sumber daya menjadi lebih mudah dan efisien. Menjadikan teknologi semakin banyak dinikmati dan dimanfaatkan masyarakat. Salah satu teknologi yang berkembang di masyarakat adalah penggunaan internet. Perkembangan internet yang semakin pesat melahirkan berbagai inovasi, termasuk teknologi finansial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penggunaan teknologi menjadikan layanan keuangan semakin mudah dan efisien. Penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu kegiatan masyarakat dalam bertransaksi.

Teknologi informasi berasal dari 2 unsur, yaitu teknologi dan informasi. Secara etimologis, kata teknologi berasal dari kata (technology) berasal dari bahasa Yunani *techne* yang berarti seni,

kerajinan, atau keterampilan, dan logia yang berarti kata, studi, atau tubuh ilmu pengetahuan. secara terminologis, teknologi merupakan pengetahuan untuk membuat sesuatu (Yaumi, 2018)

Selain definisi teknologi informasi tersebut, beberapa ahli mengemukakan pendapatnya tentang pengertian teknologi informasi. Adapun pendapat ahli tersebut antara lain:

- 1) Information Technology Association of America (ITAA) Menurut ITAA, teknologi informasi adalah ilmu yang mempelajari tentang desain, pengembangan, implementasi, manajemen sistem informasi yang berbasis komputer, khususnya aplikasi software dan hardware. Teknologi informasi menurut definisi ini berhubungan dengan penggunaan komputer secara elektronik dan software komputer untuk mengubah, menyimpan, memproteksi, memproses, mentransmisi, dan memanggil kembali segala informasi secara aman (Yaumi, 2018)
- 2) Menurut Kadir, teknologi informasi adalah penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata bilangan, dan gambar (Rerung, 2018)
- 3) Menurut Martin, teknologi informasi adalah Teknologi yang tidak hanya pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, tetapi mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarluaskan informasi (Yudanto, 2018)

Selain itu teknologi informasi (internet) juga sangat membantu dalam hal pemasaran produk, yang mana produk apapun itu yang diciptakan akan mudah diketahui banyak orang dalam kurun waktu yang dekat, perkembangan ini tentunya membawa dampak baikm terhadap usaha yang didirikan ataupun yang telah berkembang yang mana akan membawa ketitik tertinggi.

Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Nofyat, 2018). Menurut berdasarkan data survei dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk di Indonesia telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan pada tahun 2016 itu memperlihatkan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Sedangkan total penduduk Indonesia secara keseluruhan sebesar 256,2 juta jiwa. (Arisandi, 2018)

b. Peran Teknologi Informasi

Dengan adanya kemajuan di bidang teknologi informasi, telah memberikan dampak di berbagai bidang, tak terkecuali bagi mereka para wirausahawan yang bergelut di dunia usaha. Berikut peran teknologi informasi yang bisa dirasakan manfaatnya bagi wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, yaitu:

- 1) Meningkatkan arus informasi (increased information flow) Dengan memanfaatkan teknologi informasi menjadikan suatu tahap strategis untuk perusahaan dalam mengoptimalkan kecepatan dan ketepatan informasi, pelayanan bagi konsumen, proses bisnis yang terus diperbaiki serta optimalisasi kualitas sumberdaya manusia. Hubungan langsung dengan pelanggan (direct links with customers) Teknologi informasi yang diterapkan oleh wirausaha dalam bisnisnya dapat meningkatkan proses bisnis, salah satunya melalui internet. Para wirausaha bisa berkomunikasi secara langsung dengan pelanggannya, baik melalui email, file sharing, mendesain websites dan e-commerce
- 2) Meningkatkan pendapatan (increased revenue) Dalam rangka mengoptimalkan daya saing dan memperoleh suatu peluang bisnis bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi. Dalam hal ini internet tidak saja dimanfaatkan untuk alat promosi, melainkan juga perlu dibarengi dengan pengelolaan administrasi yang baik

melalui penggunaan software yang tepat. Melalui pengembangan website yang menjadi sarana promosi dan pemasaran dapat menaikkan volume penjualan, yang pada akhirnya bisa menaikkan pendapatan dan dengan naiknya pendapatan tersebut diharapkan akan bisa mengembangkan perusahaan

- 3) Akses ke pasar baru (access to new markets) Pengguna internet yang terus bertambah jumlahnya cukup berdampak besar untuk kewirausahaan. Penggunaan internet dalam bisnis membuat wirausaha bisa memperoleh pelanggan baru melewati batas geografis, sehingga perusahaan bisa mendapatkan klien atau pelanggan baru mulai dari wilayah lokal hingga global (Mardia, 2021)

Teknologi informasi saat ini sangat membantu manusia dalam berbagai hal. Secara garis besarnya teknologi informasi menurut (Kadir, 2014) berperan sebagai berikut:

- 1) Dapat mengambil alih peran manusia. Maksudnya teknologi informasi melaksanakan otomatisasi atas suatu tugas/proses.
- 2) Dapat menguatkan peran manusia, yaitu melalui penyajian informasi atas suatu tugas/proses.
- 3) Restrukturisasi atas peran manusia. Maksudnya, teknologi informasi memiliki peran dalam melaksanakan perubahan-perubahan atas sekelompok tugas/proses.

Peran teknologi informasi adalah sebagai berikut:

- 1) Mengatasi masalah
- 2) Menghadirkan kreativitas
- 3) Mengoptimalkan efektivitas & efisiensi dalam pelaksanaan pekerjaan Dapat mengambil alih peran manusia. Maksudnya teknologi informasi melaksanakan otomatisasi atas suatu tugas/proses. (Mardia, 2021)

c. Manfaat teknologi informasi

Pemanfaatan teknologi informasi ini, selain bisa mempercepat proses produksi, juga dapat mempermudah dalam pembuatan laporan keuangan, mempermudah pengarsipan, serta mempermudah dalam promosi produk. Selain itu penggunaan teknologi informasi berupa pembuatan dan penyimpanan laporan keuangan dapat mempermudah pemilik usaha untuk mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan, karena salah satu syarat sebuah usaha dapat diberikan pembiayaan adalah usaha yang mempunyai laporan keuangan. Bentuk lain penggunaan Teknologi informasi saat ini sangat erat kaitannya terhadap pemasaran produk sebuah Usaha, hal ini dikarenakan adanya peralihan pasar dari sistem tradisional ke sistem digital, sehingga salah satu cara untuk dapat memenangkan persaingan usaha adalah dengan ikut serta meramaikan pasar digital.

Teknologi Informasi (TI) berperan sebagai sarana transaksi dua elemen bisnis online, yaitu dalam memberikan fasilitas media berupa internet. Web yang disediakan sebagai tempat konsumen memilih barang-barang yang diinginkan, kemudian pada transaksi ini pun dibutuhkan teknologi lain untuk mendukung bisnis online tersebut. yaitu dibutuhkan teknologi komunikasi telepon (sebagai media komunikasi), bank (media pembayaran konsumen dengan produsen), agen pengiriman seperti Pos Indonesia. Hal-hal tersebut merupakan teknologi yang berperan dan berpengaruh dalam perkembangan bisnis online. Kemudahan-kemudahan dan fasilitas yang disediakan akibat peranan dan pengaruh TI ini membuat bisnis online lebih disukai karena lebih efisien, hemat dan lebih cepat yang dirasakan baik oleh produsen dan konsumen. Pengaruh dan peranan TI terhadap kehidupan manusia sangat penting. Perkembangan teknologi informasi kini berkembang seiring berjalannya perkembangan manusia. Teknologi informasi banyak dimanfaatkan sebagian besar manusia yang melihat peluang bisnis dari perkembangan teknologi tersebut, seperti bisnis

online. Di Indonesia bisnis online sudah bukan hal yang aneh. Hal ini sudah menjadi hal yang biasa dan sudah berkembang cukup baik. Dengan memanfaatkan bisnis online orang menjadi lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkan atau jasa yang dicari olehnya. Perkembangan bisnis online di Indonesia semakin pesat yang dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu semakin banyak dan mudahnya koneksi internet di Indonesia. Tentu hal ini menguntungkan untuk kemajuan bisnis online, dibandingkan dengan bisnis offline (Utami, 2010)

2. Jaringan Usaha

a. Pengertian Jaringan Usaha

Jaringan Usaha (Business Networks) adalah kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan dengan pihak ketiga (perusahaan lain, lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dicapai produktivitas dan daya saing yang tinggi yang pada akhirnya perusahaan dapat mencapai profit dan perkembangan usaha yang diharapkan. (sulastri, 2016)

Proses bisnis UMKM kebanyakan bersifat regional dan masih terbatas untuk melakukan pentrasi pasar yang lebih luas. Oleh karena itu perlu ditinjau isuisu penting yang dihadapi oleh pengusaha UMKM dalam mengidentifikasi keterampilan dan kemampuan khusus pengusaha. Meskipun pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang sangat banyak tentang pasar, kebanyakan pelaku usaha UMKM tidak memiliki ketrampilan bisnis yang cukup. Sebagai akibatnya para pengusaha cenderung mencari bantuan terkait aspek fungsional dari usaha mereka dan beberapa aspek teknis yang mereka anggap masih sangat kurang dikuasai, termasuk kekurangan informasi sistem jaringan formal seperti keuangan dan informasi yang up to date. Pelaku usaha UMKM cukup banyak ketinggalan informasi tentang pemasok, regulator, pelanggan, sumber dana dan peluang untuk berkembang yang

tidak mungkin di akses jika tidak bergabung dengan jaringan bisnis formal. Suatu jaringan usaha dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan posisi tawar;
- 2) Mencapai skala ekonomi yang efisien
- 3) Meningkatkan kinerja usaha/perusahaan
- 4) Membangun pengaruh dan kekuatan pasar
- 5) Membangun kemampuan daya saing
- 6) Menyusun kekuatan bersama untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan
- 7) Memudahkan dalam mengakses jasa-jasa seperti konsultasi manajemen, akuntansi, penelitian pasar
- 8) Memudahkan dalam mendapatkan/ memperluas informasi pasar
- 9) Memudahkan untuk mendapatkan tambahan modal usaha
- 10) Mengurangi biaya transaksi
- 11) Memudahkan untuk memenuhi kebutuhankebutuhan pasar atau kontrak-kontrak pasar yang lebih besar
- 12) Mengurangi beban resiko dengan cara tanggung renteng
- 13) Dapat menjaga kestabilan harga dari pesaing
- 14) Keberlanjutan usaha terjamin(Dewi Suryani Purba dkk, 2021)

Jaringan usaha merupakan faktor penting dalam bisnis guna meningkatkan skup ekonomi, pengelolaan bisnis yang efisien serta memperluas pangsa pasar. Jaringan usaha yang merupakan modal bagi perusahaan agar perusahaan bisa melakukan opeasionalmya secara efektif dan efisien. Jaringan usaha juga dapat menjadi modal daya saing bagi perusahaan. Bahkan dalam persfektif rntai pasok (suply chain), persaingan usaha terjadi bukan antar individu perusahaan tetapi antar rantai pasok, dimana di dalamnya terdapat sekelompok perusahaan dari hulu ke hilir sebagai suatu tim yang secara bersama sama menghasilkan atau menyampaikan produk dan jasa layanan kepada konsumen. Dengan arti lain, hal ini berarti persaingan bisnis terjadi antar jaringan,

sehingga yang memiliki jaringan usaha yang kuat juga akan memiliki daya saing yang kuat. (Dewi Suryani Purba dkk, 2021)

Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha, dapat juga berupa non unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat formal maupun informal. Jaringan usaha merupakan hasil keputusan dan upaya para usahawan untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lain. Teori, daya saing usaha yang lebih tinggi dapat dicapai melalui jaringan usaha karena pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi sehingga usaha lebih efisien, menekan biaya-biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya rekanan yang terpercaya menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasokan perusahaan. (Dewi Suryani Purba dkk, 2021)

Menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasokan perusahaan). Jaringan usaha melibatkan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka menciptakan efisiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang bagi pasar sasaran. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang dapat dicapai perusahaan sendiri. Jaringan usaha juga merupakan hasil keputusan dan upaya

wirausahawan untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lain. Daya saing usaha yang lebih tinggi dapat di capai mealalui jaringan usaha, karena para pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi sehingga usaha lebih efisien, menekan biaya-biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya rekan bisnis yang tercapai. (Suryani Dewi Purba dkk, 2021)

b. Manfaat Jaringan Usaha

Jaringan usaha merupakan sebuah proses membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pengusaha lain atau calon pelanggan. Hal ini sangat perlu dilakukan karena pada prinsipnya bisnis bukanlah persaingan, tetapi saling membantu. Dengan adanya jaringan usaha, UMKM akan memiliki kesempatan untuk memperluas bisnisnya sehingga akan memberi banyak keuntungan terhadap kelangsungan bisnis UMKM ke depan.

Menggunakan tolak ukur pemasaran usaha melalui jaringan usaha yang dapat diamati dengan menggunakan mitra industri dan adanya pertukaran informasi. Alhasil dapat mendukung perusahaan menjadi mapan dan dapat membantu suatu usaha agar dapat melampaui tahap awal perkembangan mereka. Berdasarkan literatur tersebut jaringan usaha diukur dengan dua indikator menurut (Suryani Dewi Purba dkk, 2021)

- 1) Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk
- 2) Sebagian besar keputusan pemasaran di dasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional

Menurut (Suryani Dewi Purba dkk, 2021), jaringan usaha memberi manfaat sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan posisi tawar
- 2) Mencapai skala ekonomi yang efisien
- 3) Meningkatkan kinerja usaha/perusahaan
- 4) Membangun pengaruh dan kekuatan pasar

- 5) Membangun kemampuan daya saing
- 6) Menyusun kekuatan bersama untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan
- 7) Memudahkan dalam mengakses jasa-jasa seperti konsultasi manajemen, akuntansi dan penelitian pasar
- 8) Memudahkan dalam mendapatkan/memperluas informasi pasar
- 9) Memudahkan untuk mendapatkan tambahan modal usaha
- 10) Mengurangi biaya transaksi
- 11) Memudahkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pasar atau kontrak-kontrak pasar yang lebih besar
- 12) Mengurangi beban resiko dengan cara tanggung renteng
- 13) Dapat menjaga kestabilan harga dari pesaing 'keberlanjutan usaha terjamin
- 14) Keberlanjutan usaha terjamin

3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merumuskan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan dengan kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria berikut: memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil

penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah). (Haq, 2016)

Menurut departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995) tentang Usaha Kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, dimana pengertian UKM adalah sebagaimana diatur dalam pasal 1 Undang-undang No.9 Tahun 1995 sebagai berikut:

- 1) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini,
- 2) Usaha menengah usaha besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan skala kecil.

UMKM menurut kriterianya yaitu :

- 1) Usaha Mikro Usaha Mikro dapat diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang memiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro.
- 2) Usaha Kecil Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan memiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.
- 3) Usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundangundangan. (Lestari, 2020)

Badan Pusat Statistik Nasional (BPS) memberikan definisi berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. (Haq, 2016)

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- 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 dengan jumlah

kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (Suci, 2015)

Pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis di ubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengertian UMKM sebagai berikut :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.300.000.000. contohnya yaitu warung nasi, tukang cukur, tambal ban, warung kelontong dan peternak ayam.
- 2) Usaha Kecil menurut UU No.9 tahun 1995 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah). contoh usahanya yaitu industri logam, industri rumahan, koperasi, mini market dan toserba.
- 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, menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah).
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih Rp.2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah). contoh usahanya yaitu usaha perkebunan, peternakan, pertanian, usaha ekspedisi muatan kapal laut, serta juga jasa transportasi seperti bus. (Listyaningsih, 2020)

Selain itu, pengertian UMKM jika dilihat dari kriteria jumlah pekerja yang dimiliki, di Indonesia menurut Biro Pusat Statistik (BPS) mempunyai kriteria Usaha Mikro jika karyawannya kurang dari 5 karyawan; Usaha Kecil jika karyawannya 5-19 orang dan digolongkan Usaha Menengah jika memiliki karyawan yang berjumlah antara 20-99 orang. Meskipun terdapat banyak definisi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun secara umum UMKM dilihat dari ciricirinya pada dasarnya bisa dianggap sama, yaitu sebagai berikut

- 1) Struktur organisasi yang sangat sederhana.
- 2) Tanpa staf yang berlebihan.
- 3) Pembagian kerja yang kendur.
- 4) Memiliki hirarki manajerial yang pendek.
- 5) Aktifitas sedikit yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan.
- 6) Kurang membedakan asset pribadi dari asset perusahaan.

Dalam UndangUndang No. 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki asas :

- 1) Kekeluargaan
- 2) Demokrasi ekonomi
- 3) Kebersamaan
- 4) Efisiensi berkeadilan
- 5) Berkelanjutan
- 6) Berwawasan lingkungan
- 7) Kemandirian
- 8) Keseimbangan kemajuan
- 9) Kesatuan ekonomi nasional.

Dari asas tersebut dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

UMKM merupakan kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha mikro yang diperkirakan sebagian besar bergerak di bidang informal, disamping itu keberadaan UMKM itu sendiri merupakan salah satu upaya alternatif untuk menanggulangi kesmiskminan, pemberdayaan UMKM telah terbukti memiliki daya tahan yang relatif kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami oleh bangsa indonesia. (Listyaningsih, 2020)

UMKM merupakan menumbuh-kembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Ini mengandung makna bahwa UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuh-kembangkan dan membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pemangku kepentingan.

UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kukuhnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal pekerja lokal dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Dengan demikian kita tidak bisa menganggap remeh UMKM. Karena UMKM menjadi faktor utama bagi masyarakat karena mampu memberikan pendapatan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dan mampu berperan aktif dalam menjaga pertumbuhan ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM menjadi pelaku bisnis yang bergerak dalam berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. Secara ekonomi pelaku UMKM memainkan peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa dalam arti memberikan kontribusi bagi penciptaan lapangan kerja dan produk domestik bruto (PDB). (Listyaningsih, 2020)

Pengertian UMKM menurut para ahli, ahli yang menjelaskan tentang UMKM antara lain

- 1) Menurut Rudjito UMKM Merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian indonesia. Dikatakan membantu perekonomian indonesia disebabkan karena dengan melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta juga meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha.

- 2) Menurut Inna Primiana UMKM Merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia ialah seperti : Industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia.
- 3) Ina Primiana juga mengatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat. (Ibeng, 2020)

b. Kriteria UMKM

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Suci, 2015)

c. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktivitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. UMKM sendiri memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari yang lain, yaitu :

- 1) Bahan baku mudah diperoleh.
- 2) Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan.
- 3) Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turunmenurun.
- 4) Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- 5) Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor.
- 6) Beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat.
- 7) Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat secara ekonomis menguntungkan Selain itu karakteristik berikut di bawah ini menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya yaitu :

Tabel 2. 1
Karakteristik UMKM

Ukuran usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, sewaktuwaktu dapat berganti. 2. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktuwaktu dapat pindah tempat 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun.

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. 5. Umumnya Sumber Daya Manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. 6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah. 7. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank. 8. Umumnya tidak memiliki surat izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. 9. Contoh : usaha tani. Peternak. Industri pandai besi. Warung makan. Usaha-usaha jasa (perbengkelan, salon kecantikan) usaha perdagangan kaki lima serta pedagang dipasar. 10. Usaha mikro mempunyai karakter positif yang tidak selalu dimiliki oleh usaha kecil dan menengah, antara lain : <ol style="list-style-type: none"> a. Perputaran usaha (<i>turn over</i>) cukup tinggi, kemampuan menyerap dana yang mahal dan dalam situasi krisis ekonomi kegiatan usaha masih tetap berjalan bahkan terus berkembang. b. Tidak sensitive terhadap suku bunga. c. Tetap berkembang walau dalam krisis ekonomi dan moneter
Usaha Kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. 2. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. 3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana. 4. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga 5. Sudah membuat neraca usaha. 6. Sudah memiliki surat izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. 7. Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha. 8. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. 9. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik 10. Contoh : usaha tani sebagai pemilik perorangan yang memiliki tenaga kerja,

	pedagang dipasar grosir (agen) dan lainnya. Pengrajin industri makanan dan minuman, industri alat-alat rumah tangga, kerajinan tangan, peternak ayam, itik, dan perikanan, koperasi berskala kecil.
Usaha Menengah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. 2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. 3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. 4. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. 5. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan. 6. Pada umumnya telah memiliki sumberdaya manusia yang terdidik dan terlatih. 7. Contoh : usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.

(Abdurohim, 2020)

Tabel 2. 2
Kriteria UMKM berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 Juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>Rp.50 Juta – Rp.500 Juta	>Rp.300 Juta – Rp.2.5 Miliar
Usaha Menengah	>Rp.500 Juta – Rp.10 Miliar	>Rp.2.5 Miliar – Rp.50 Miliar

(Masita, 2020)

Berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:

- 1) Kualitasnya belum standar, Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk handmade sehingga

standar kualitasnya beragam desain produknya terbatas. Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk, mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.

- 2) Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya, meskipun diterima UMKM membutuhkan waktu yang lama.
- 3) Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas, dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan.
- 4) Bahan baku kurang terstandar, karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- 5) Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna, karena produksi belum teratur maka biasanya produkproduk yang dihasilkan sering apa adanya.(Bank Indonesia, 2015)

Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut UU ini, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berditi sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar. Serta memenuhi kriteria antara lain : Kekayaan bersih Rp.50 Juta sampai Rp.500 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan Rp.300 juta sampai Rp.2,5 miliar. Sedangkan usaha mikro, dimana usaha tersebut sebuah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan,serta memenuhi kriteria antara lain : Kekayaan bersih paling banyak Rp.50 juta, atau memiliki total omzet paling banyak Rp.300 juta per tahun. Dan terakhir usaha menengah yaitu, usaha

ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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, serta memenuhi kriteria antara lain : Kekayaan bersih Rp.500 juta sampai Rp.10 miliar, atau memiliki hasil usaha penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar sampai Rp.50 miliar. (Ramadhan, 2019)

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui bahwa UMKM merupakan usaha produktif di semua sektor ekonomi yang berdiri sendiri, yang turut menopang perekonomian suatu negara yang perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain, dengan kriteria dapat dilihat dari jumlah aset, omzet dan jumlah tenaga kerja, yang dalam perkembangannya memiliki klafisikasi, serta memiliki karakteristik yang berbeda untuk Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah dari berbagai aspek. (Abdurohim, 2020)

d. Hambatan dalam Pengembangan Usaha

Berdasarkan teori (Ardianti A. C., 2014), yang menyatakan bahwa dalam menjalankan bisnis terdapat beberapa hambatan terlebih bagi para pengusaha kecil menengah. Berikut adalah hambatan-hambatan dalam pertumbuhan usaha:

- 1) Finansial (Keuangan) Keuangan mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasi, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan proyek mereka. Semua bisnis memerlukan sumber daya keuangan untuk memulai suatu usaha dan untuk membiayai pertumbuhan usahanya. Kurangnya

akses atau ketersediaan dapat menjadi kendala dalam pertumbuhan bisnis.

- 2) Manajerial (keahlian manajemen) Kompetensi manajerial merupakan gabungan dari pengetahuan, kemampuan, perilaku dan sikap yang dipakai dalam bekerja secara efektif. Ditemukan bahwa kurangnya pengalaman manajerial dan keterampilan adalah alasan utama mengapa perusahaan-perusahaan baru gagal.
- 3) Lokasi dan Jaringan, okasi memiliki dampak pada potensi pasar dan peluang pertumbuhan perusahaan baru. Lokasi mempengaruhi keunggulan kompetitif melalui pengaruhnya terhadap produktivitas dan terutama pada pertumbuhan produktivitas. Kedekatan geografis dengan pembeli atau pemasok memungkinkan perusahaan-perusahaan baru untuk lebih mudah mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pertumbuhan di pasar. Ini berdampak pada prospek pasar perusahaan baru.
- 4) Ekonomi dan Teknologi Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung pada potensi daya tarik dari berbagai strategi dan pola konsumsi dalam perekonomian serta memiliki efek yang signifikan terhadap organisasi di berbagai industri dan di berbagai lokasi. Variabel ekonomi meliputi kebijakan fiskal dan kebijakan moneter pemerintah, inflasi, suku bunga dan kurs valuta asing. Variabel ini mempengaruhi permintaan untuk barang dan jasa dan karenanya pertumbuhan UKM yang baru. Teknologi adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh semua orang pada masa kini. Dalam dunia usaha, investasi dalam teknologi dan menjaga dengan teknologi informasi semakin penting untuk semua perusahaan demi kelanjutan usaha dan kekuatan bersaing. Namun bagi usaha kecil menengah yang baru tanpa akses permodalan mungkin sulit untuk membeli teknologi yang diperlukan. Hal tersebut dapat menjadi sebuah hambatan bagi para pengusaha untuk bertahan dan bersaing.

- 5) Kompetisi Dalam pertumbuhan usaha mikro dan kecil, persaingan adalah hambatan besar yang patut diperhitungkan. Dengan mudahnya pemain baru untuk masuk ke dalam persaingan usaha, kesamaan barang yang dijual dan bersaing dengan pesaing yang lebih besar dapat menghambat pertumbuhan usaha bagi usaha mikro dan kecil.
- 6) Kejahatan dan Korupsi Alasan mengapa UKM terlibat dalam korupsi sering dikaitkan dengan masalah dengan kepatuhan terhadap peraturan dan birokrasi. UKM kekurangan daya tawar dan pengaruh untuk menentang permintaan untuk pembayaran tidak resmi dan permohonan serupa.
- 7) Tenaga kerja UKM baru memerlukan akses yang sesuai untuk keterampilan dan tenaga kerja yang bermotivasi dalam mempertahankan pertumbuhan dan memiliki loyalitas. Mahadea menemukan bahwa itu sulit dan mahal untuk UKM untuk mempekerjakan tenaga kerja yang berkompetensi dan loyal.
- 8) Infrastruktur Kualitas infrastruktur dapat mempengaruhi prospek pertumbuhan UKM baru terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Negara-negara berkembang banyak menderita karena keadaan infrastruktur dasar seperti transportasi, telekomunikasi dan listrik. Selain itu, biaya regulasi dapat berdampak pada pertumbuhan UKM baru. UKM baru harus mendapatkan izin dan membayar pajak.

e. Hambatan Eksternal dan Internal UMKM

Berdasarkan teori yang di sampaikan oleh (Utomo, 2017) menyatakan bahwa Beberapa permasalahan dan hambatan yang ditemui baik dalam hal manajemen secara internal dan eksternal maupun dalam pelaksanaan kegiatan usaha yang antara lain sebagai berikut:

- 1) Terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM

- 2) Masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha di dunia bisnis
- 3) Kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam membantu pengembangan dan peningkatan usahanya
- 4) Adanya hambatan secara eksternal seperti kesediaan tenaga listrik yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM di kota Tarakan
- 5) Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi, sistem dan proses pemasaran bagi hasil produksinya
- 6) Kurang pahami mengenai birokrasi dalam dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembanganusaha bagi UMKM
- 7) Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas
- 8) Akses sarana informasi yang dapat diakses oleh masyarakat masih terbatas dan kebijakan yang masih terlihat bias bagi pelaku UMKM di Kota Tarakan, sehingga mengurangi ruang gerak bagi pelaku UMKM kota Tarakan.

f. Pengembangan UMKM

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, pengembangan dalam sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara :

- 1) Memasyarakatkan dan memperdayakan kewirausahaan.
- 2) Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial.
- 3) Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi, dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Dari ketiga aspek tersebut berarti sumber daya manusia merupakan subyek yang penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah agar dapat menciptakan wirausaha yang mandiri dari masyarakat. Oleh karena itu masyarakat perlu diberdayakan untuk meningkatkan kualitas SDM sehingga mempengaruhi kualitas produksi yang dihasilkan dalam rangka meningkatkan perekonomian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat. (Dwi Anggraeni F, 2013)

Pengembangan dapat di artikan sebagai suatu usaha meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan, mengemukakan bahwa pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

Pengaruh dari perkembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan UMKM pada Hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang di hadapi oleh UMKM. Diperlukan upaya hal-hal seperti berikut :

- 1) Strategi Perkuatan (pengembangan promosi)
- 2) Strategi pemberdayaan (pengembangan kemitraan)
- 3) Perlindungan usaha (penciptaan iklim usaha yang kondusif)
- 4) Bantuan permodalan. (Alyas, 2017)

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu oleh (Siahaan, 2020) dengan judul “Faktor pendukung dan penghambat Kinerja UMKM dalam Meningkatkan Daya

Saing”. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa faktor faktor penghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing adalah salahsatunya dikarenakan UMKM yang masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, manajemen waktu, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta pengetahuan akan bisnis dan teknologi tersebut. Sehingga dapat menghambat perkembangan sebuah usaha. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang faktor penghambat yang ada di dalam UMKM untuk kemajuan usahanya. Namun juga terdapat perbedaan dalam penelitian tersebut adalah menemukan faktor pendukung dan juga penghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing, sedangkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja faktor penghambat UMKM dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha.

Penelitian terdahulu oleh (Rakanita, 2019) dengan judul “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak”, di dalam penelitian ini peneliti menemukan adanya dampak positif terkait penggunaan Teknologi Informasi (E-Commerce) terhadap peningkatan daya saing antar pelaku UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama melihat Teknologi Informasi untuk peningkatan UMKM, namun perbedaannya penelitian tersebut meneliti khusus Teknologi E-Commerce sedangkan penelitian ini meneliti tentang faktor penghambat UMKM dalam penggunaan teknologi informasi dan jaringan usaha

Penelitian terdahulu oleh (Irawan Dandan, 2020) dengan judul “Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha”, di dalam penelitian ini peneliti menemukan adanya dampak positif yang terjadi dengan adanya jaringan usaha pada UMKM tersebut, seperti meningkatnya jumlah permintaan, penguatan jaringan usaha dengan berbagai upaya-upaya yang lakukan UMKM. Terdapat persamaan dalam penelitian ini, yakni sama-sama meneliti tentang UMKM melalui jaringan usaha. Namun perbedaan dengan penelitian tersebut adalah, melihat peran

jaringan usaha UMKM sebagai pendorong peningkatan daya saing antar UMKM, sementara dalam ini yang dilihat adalah faktor penghambat UMKM dalam penggunaan teknologi informasi dan jaringan usaha

Penelitian terdahulu oleh (Rahardjo Budi, 2019) dengan judul "Pengaruh *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang", di dalam penelitian ini peneliti menemukan adanya dampak negatif terkait penggunaan *Financial Technology* terhadap UMKM di kota tersebut. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai pengaruh Teknologi Informasi terhadap UMKM, namun terdapat perbedaan pada lokasi penelitian, pada penelitian ini peneliti berada di lokasi Kabupaten Tanah Datar.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yang sering disebut dengan penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti, yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekan pada makna. (Sugiyono, 2019)

B. Latar dan Waktu Penelitian

1. Latar Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang penulis teliti, penulis melakukan penelitian di lokasi di Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan waktu penelitian, penulis melakukan kegiatan penelitian terhitung dari observasi awal pada bulan November 2021 - Agustus 2022. Untuk mempermudah kegiatan penelitian hingga penyusunan skripsi, penulis membuat *time schedule* sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/Tahun							
		Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agu 2022
1	Observasi Awal	■							
2	Pembuatan Proposal	■	■						
3	Keluar Surat Pembimbing			■					
4	Proses Bimbingan Praseminar			■	■	■	■		
5	Seminar Proposal					■			
6	Penelitian						■		
7	Analisis Penulisan						■	■	■
8	Munqasah						■	■	■

C. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah penulis sendiri, di mana peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik wawancara. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti menggunakan instrumen tidak terstruktur.

Kisi kisi Instrumen Penelitian pada UMKM Kabupaten Tanah Datar, sebagai berikut:

1. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi menurut (Mardia, 2021) memiliki indikator sebagai berikut:

- a. Meningkatkan arus informasi (increased information flow) Dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan, baik melalui email, file sharing, mendesain websites dan e-commerce

- b. Meningkatkan pendapatan (increased revenue) melalui pengembangan website yang menjadi sarana promosi dan pemasaran dapat menaikkan volume penjualan
- c. Akses ke pasar baru (access to new markets) berguna untuk mendapatkan klien atau pelanggan baru mulai dari wilayah lokal hingga global (Mardia, 2021)

2. Jaringan Usaha

Jaringan usaha diukur dengan dua indikator menurut (Suryani Dewi Purba dkk, 2021)

- a. Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk
- b. Sebagian besar keputusan pemasaran di dasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional

D. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sampel sumber data dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Sampel yang dijadikan sebagai sumber data pada UMKM dalam penelitian ini adalah yang telah memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Usaha yang bergerak di bidang industri pengolahan pangan
2. Mereka yang usahanya merupakan milik sendiri
3. Dan usaha yang dimiliki minimal telah berusia 7 th

Jenis-jenis data terbagi menjadi 2, berikut penjelasannya:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu dengan melalui wawancara langsung kepada Pemilik UMKM dan 1 Orang Pegawai Dinas Koperindagpastam Kabupaten Tanah Datar

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, melainkan diperoleh melalui orang lain ataupun melalui

dokumen. Dalam penelitian ini sumber data sekunder berasal dari Dinas Koperindagpastam dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara, yakni cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan keterangan dan informasi yang diteliti. Yang menjadi objek dari penelitian ini adalah kepada pemilik UMKM yang bergerak di industri pengolahan pangan Kabupaten Tanah Datar, serta 1 orang pegawai Dinas Koperindagpastam Tanah Datar

F. Teknik Analisa Data

Menurut (Hermawan, 2018) Analisis dalam metode kualitatif merupakan proses pengaturan urutan data, mengorganisasikannya kedalam satu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Data dalam metode kualitatif merupakan data deskriptif, data tersebut berupa kata-kata tertulis atau lisan, maupun perilaku dan orang-orang yang diminati.

Menurut (Sugiyono, 2019) Analisis data dalam metode kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, sehingga diperoleh data yang kredibel.

Teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, sehingga dalam penjabaran data yang telah didapatkan tidak menggunakan angka maupun pengelolaan statistik, melainkan menggunakan gambaran mengenai keadaan yang ada di dalam hasil penelitian. Data yang telah didapatkan diolah sehingga dapat menghasilkan dampak baru, inovasi baru terhadap UMKM maupun pemerintahan yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Berikut adalah tahap-tahapan dalam menganalisa data:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha, serta mempermudah penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data ini dilakukan dengan melihat keseluruhan data yang diperoleh selama masa penelitian terkait faktor faktor apasaja yang menjadi penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan teknologi informasi dan jaringan usaha. Data yang disajikan diolah berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan sebelumnya untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas dan dapat di tarik kesimpulan.

3. Simpulan atau Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah Ketika apabila tidak ada bukti-bukti yang kuat pada saat pengumpulan data.

Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh data-data yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Demi terjaminnya keakuratan data, maka penulis akan melakukan keabsahan data yang dilakukan melalui triangulasi sumber yaitu melakukan wawancara dengan beberapa orang yang dijadikan sumber data dengan pertanyaan yang sama. Dalam Penelitian ini penulis akan membandingkan hasil wawancara responden satu dengan responden lainnya. Wawancara

dilakukan terlebih dahulu kepada pemilik UMKM dan 1 orang Pegawai Dinas Koperindagpasam Tanah Datar bidang UMKM. UMKM yang diwawancarai dalam peneliiian ini adalah UMKM yang bergerak di industri pengolahan pangan, UMKM yang sudah berdiri kurang lebih 7 th, dan UMKM yang usahanya merupakan milik sendiri, yang terletak di Kabupaten Tanah Datar

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Tanah Datar

1. Sejarah singkat Kabupaten Tanah Datar

Kabupaten Tanah Datar adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sumatera Barat yang dikenal sebagai “Luhak Nan Tuo” terletak pada 00o 17’ LS – 00o 39’ LS 100o 19’ BT – 100o 51’ BT.

Kabupaten Tanah Datar mempunyai luas wilayah 1.336 km², terdiri dari 14 Kecamatan dan 75 Nagari (setingkat kelurahan di wilayah kota). Dilihat dari luas wilayah, kecamatan dengan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Tanjung Baru dengan luas 43,14 km². Sedangkan kecamatan dengan wilayah paling luas adalah Kecamatan Lintau Buo Utara, yakni 204,31 km², kemudian diikut Kecamatan X Koto yang luasnya 152,02 km².

Secara geografi wilayah Kabupaten Tanah Datar berada di sekitar kaki Gunung Merapi, Gunung Singgalang, dan Gunung Sago, serta diperkaya pula dengan 5 sungai. Danau Singkarak yang cukup luas sebagian diantaranya merupakan wilayah Kabupaten Tanah Datar yakni terletak di Kecamatan Batipuh Selatan dan Rambatan. Diantara seluruh kecamatan yang ada, tiga kecamatan terletak pada ketinggian antara 700 s.d. 1.000 m di atas permukaan laut, yaitu Kecamatan X Koto, Salimpaung, dan Tanjung Baru. Sementara itu empat Kecamatan lainnya, yaitu Kecamatan Lima Kaum, Tanjung Emas, Padang Ganting, dan Sungai Tarab terletak pada ketinggian 450 s.d. 550 m dari permukaan laut Sedangkan 7 Kecamatan lagi terletak pada ketinggian yang bervariasi, misalnya Kecamatan Lintau Buo yang terletak pada ketinggian antara 200 s.d. 750 m dari permukaan laut. Ibukota Kabupaten Tanah Datar berada di Batusangkar, uniknya Kota Batusangkar ini berada pada perbatasan tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Lima Kaum, Kecamatan Tanjung Emas, dan

Kecamatan Sungai Tarab. Sedangkan pusat pemerintahan berada di Kecamatan Tanjung Emas atau tepatnya di Nagari Pagaruyung.

Kota Batusangkar lebih dikenal sebagai kota budaya, karena di Kabupaten Tanah Datar terdapat banyak peninggalan dan prasasti terutama peninggalan Istana Basa Pagaruyung yang merupakan pusat Kerajaan Minangkabau

2. Visi Misi Kabupaten Tanah Datar

a. Visi

“Terwujudnya Kabupaten Tanah Datar madani yang berlandaskan adat basandi syara’, syara’ basandi kitabullah”

b. Misi

- 1) Meningkatkan kehidupan beragama, beradat, dan berbudaya
- 2) Meningkatkan ekonomi masyarakat Kabupaten Tanah Datar dan perluasan lapangan kerja yang berbasis pertanian, industri dan UMKM
- 3) Meningkatkan sumberdaya manusia yang berkualitas dan berdaya saing
- 4) Pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis adat , budaya dan sumber daya alam
- 5) Mewujudkan tata kelola pemerintah yang akuntabel, efektif dan efisien.
- 6) Meningkatkan pembangunan infrastruktur dan lingkungan hidup yang berkelanjutan

3. Aspek Geografi dan Demografi

a. Karakteristik Wilayah

- 1) Letak dan Batas Wilayah Administrasi Secara astronomis

Kabupaten Tanah Datar terletak pada 00°17” - 00°39” Lintang Selatan dan 100°19” -100°51” Bujur Timur. Berdasarkan letak administrasinya, Kabupaten Tanah Datar mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Batas wilayah Kabupaten Tanah Datar

Batas	Kabupaten/Kota
Utara	Kabupaten Agam Dan Kabupaten Lima Puluh Kota
Selatan	Kabupaten Solok
Barat	Barat Kabupaten Padang Pariaman
Timur	Kota Sawah Lunto Kabupaten Sijunjung

Sumber: *BPS Kabupaten Tanah Datar 2021*

Kabupaten Tanah Datar mempunyai luas wilayah 1.336 km² atau 133.600 ha, atau sekitar 3,16% dari luas wilayah Provinsi Sumatera Barat (42.297,30 km²), menjadikan Kabupaten Tanah Datar sebagai kabupaten dengan wilayah paling kecil kedua di Provinsi Sumatera Barat setelah Kabupaten Padang Pariaman. Secara administratif, Kabupaten Tanah Datar dibagi menjadi 14 kecamatan, 75 nagari dan 395 jorong. Kecamatan paling luas adalah Kecamatan Lintau Buo Utara dengan luas 20.431 Ha atau 15,29% dari luas wilayah Kabupaten Tanah Datar. Sedangkan kecamatan terkecil adalah Kecamatan Tanjung Baru dengan luas 4.315 Ha atau 3,23% dari luas wilayah Kabupaten Tanah Datar.

Tabel 4. 2
Luas Wilayah Adminitrasi Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar

No	Kecamatan	Luas (Ha)	Persentase	Jumlah	
				Nagari	Jorong
1.	X Koto	15.202	11,38	9	41
2.	Batupuh	14.427	10,8	8	49
3.	Batipuh Selatan	8.273	6,19	4	17
4.	Pariangan	7.643	5,72	6	21
5.	Rambatan	12.915	9,67	5	33
6.	Lima Kaum	5.000	3,74	5	33
7.	Tanjung Emas	11.205	8,39	4	19
8.	Padang Ganting	8.350	6,25	2	7
9.	Lintau Buo	6.022	4,51	4	22

10	Lintau Buo Utara	20.431	15,29	5	63
11	Sungayang	6.545	4,9	5	14
12	Sungai Tarab	7.185	5,38	10	32
13	Salimpaung	6.088	4,58	6	27
14	Tanjung Baru	4.315	3,23	2	17
JUMLAH		133.600	100	75	395

Sumber : Dinas KOPERINDAGPASTAM Tanah Datar 2021

B. Hasil Penelitian

1. Faktor Penghambat UMKM di Kabuapten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha

Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha merupakan hal terpenting yang seharusnya telah digunakan oleh seluruh pemilik UMKM yang berada di Kabupaten Tanah Datar demi pencapaian sebuah kemajuan. Namun nyatanya di Kabupaten Tanah Datar pengguna Teknologi dan Jaringan usaha masih di kategorikan sangat sedikit, baik penggunaan Teknologi di bagian adminirasi maupun pemasaran produk yang di tawarkan. Sebagaimana Faktor-fakor pengambat UMKM menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha

a. Teknologi Informasi dalam pengimputan data Adminitrasi UMKM

Sebagaimana yang telah di sampaikan oleh pemilik UMKM Dakak dakak Kurnia Bapak Dani

“Dalam usaha ini kami belum menggunakan teknologi informasi, bukan dikarenakan kami tidak mampu menggunakan teknologi tersebut, melainkan kami merasa belum memerlukannya saja, baik dalam pengimputan adminirasi maupun pemasaran”(Dani, wawancara 8 Juni 2022)

Hal senada juga di sampaikan oleh Ibu Yola pemilik UMKM Dakak-dakak Ridho

“saya merasa belum memerlukan teknologi baik berbasis komputer maupun pemasaran melalui hp, dikarenakan data yang saya input hanya seputar uang keluar dan masuk, saya merasa lebih mudah menginput secara manual” (Yola, wawancara 8 Juni 2022)

Menurut Bapak Riki Siswanto pemilik UMKM Kue Tete, mengatakan bahwa

“untuk penggunaan teknologi sendiri, baik melalui hp maupun komputer, usaha saya memang belum menggunakan hal tersebut, dikarenakan memang belum saatnya, namun jika dimasa depan saya memerlukannya, maka saya akan mencoba untuk menggunakan teknologi untuk menginput administrasi di usaha ini, terlepas dari tuntutan zaman atau tidak”

Menurut Ibu Eni pemilik UMKM SN Tahu dan Tempe, yang mengatakan bahwa

“seharusnya untuk menginput administrasi memang lebih bagus menggunakan Komputer, namun di karenakan uang masuk dan keluarnya tidak menentu, sehingga sulit untuk menggunakan komputer dalam menginput, karena, apabila dapat uang dari penjualan tahu, dan apabila ada kebutuhan, uang tersebut langsung di belanjakan untuk keperluan tersebut, sehingga memang tidak terdata berapa pendapatan tetapnya, tetapi bisa di perkirakan saja”

Menurut Ibu Ratna Hayati Pemilik UMKM Kopi Putra Minang, mengatakan bahwa

“Menggunakan komputer dalam menginput data Usaha ini, bukanlah hal sulit, namun dengan keadaan saya d yang juga memiliki pekerjaan di luar mengelola usaha ini, saya sedikit kesulitan, lebih mudah rasanya menginput secara manual. Namun bukan berarti saya tidak bersedia menggunakan

komputer, saya juga sudah berusaha untuk mencari Admin yang tepat untuk mengelolah adminitrasi, hanya saja belum menemukan yang tepat”

Menurut Bpk Megi pengelola UMKM Kopi AM yang mengatakan bahwa,

“Sejak berdirinya usaha, sampai saat sekarang ini, kami memang belum menggunakan teknologi dalam mengimput adminitrasi, uang masuk atau uang keluar, dikarenakan yang memegang kendali dalam hal tersebut adalah orang tua, yang dengan usianya, dabdisertai pengetahuan yang kurang tentang komputer atau teknologi, membuat kami lebih mudah mengimput secara manual”

Menurut Ibu Rahmadani pengelola Kopi Asma, yang mengatakan bahwa

“Dalam pengelolaan adminitrasi usaha ini, kami merasa belum memerlukan komputer untuk pengimputan, hanya dengan mengimput melalui kertas saja, itu sudah cukup”

Menurut Ibu Rosmania pemilik UMKM Batiah Putih, yang mengatakan bahwa

“Dengan usia saya sekarang, dan kurangnya tenaga kerja, saya memang belum menggunakan komputer, dikarenakan uang yang masuk dan keluar masih bisa di kelolah dengan menggunakan cara manual, tanpa merasa kesulitan dalam pengelolaannya”

Menurut Ibu Deci Fauziah pemilik Usaha Kue Deci, yang mengatakan bahwa

“Untuk Saat ini saya belum menggunakan Komputer untuk pengelolaan Adm Usaha kue, dikarenakan data yang akan di input tidak terlalu banyak, sehingga masih bisa di kelolah sendiri menggunakan buku debit kredit, namun jika suatu saat

di perlukan dikarenakan data yang di kelolah mulai banyak, maka bisa jadi saya akan menggunakan kompuer tersebut sebagai media kelolah”

Berdasarkan yang disampaikan oleh pemilik UMKM diatas, terkait penggunaan komputer sebagai media pengelolah adminitrasi usaha, hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Hellen pegawai Dinas Koperindagpastam Tanah Datar, yang mengatakan bahwa:

“sesuai dengan yang disampaikan oleh para pemilik UMKM bahwa benar seperti itu adanya, hanya sedikit dari pemilik UMKM yang menggunakan komputer, hal ini dikarenakan mereka yang belum merasa memerlukan teknologi dalam pengimputan adminitrasi, serta pengetahuan terkait teknologi yang masih sedikit, sehingga untuk pengaplikasian di usaha, mereka lebih dominan menggunakan cara manual”

b. Teknologi Informasi dalam pengelolaan Pemasaran UMKM

Sebagaimana yang telah di sampaikan oleh pemilik UMKM Dakak dakak Kurnia Bapak Dani

“saya belum menggunakan secara menyeluruh, namun telah memanfaatkan aplikasi Whatsapp untuk mempublis produk yang saya tawarkan, namun kenapa belum menggunakan aplikasi yang skala nasional adalah karena belum mampu untuk mengelolah sendiri, dan saya memang belum memutuskan untuk mencari admin dalam mengelolah pemasaran produk yang saya tawarkan, meskipun dengan menggunakan aplikasi secara nasional, produk yang saya tawarkan jangkauannya akan lebih luas”

Hal senada juga di sampaikan oleh Ibu Yola pemilik UMKM Dakak-dakak Ridho

“saya merasa belum memerlukan karena untuk mengelolah pemasaran melalui media sosial sedikit lebih rumit, harus

standby di depan komputer ataupun hp untuk melihat apakah ada permintaan dari konsumen, dan hal ini yang menyebabkan saya belum berani mengambil keputusan karena pekerjaan saya tidak hanya mengelolah administrasi saja, namun juga menyiapkan keperluan untuk pembuatan produk yang saya tawarkan”

Menurut Bapak Riki Siswanto pemilik UMKM Kue Teteh, mengatakan bahwa

“selama usaha ini berdiri hingga sekarang, saya hanya mengandalkan no Hp Whatsapp untuk konsumen yang mau memesan pada produk saya, namun untuk pemasaran melalui media sosial dan aplikasi yang skala nasional saya belum mampu, dan belum memutuskan unuk menggunakannya”

Menurut Ibu Eni pemilik UMKM SN Tahu dan Tempe, yang mengatakan bahwa

“untuk pemasaran melalui hp atau komputer memang belum ada, dikarenakan saya belum mahir dalam menggunakan teknologi tersebut, ditandahi lagi apabila permintaan semakin tinggi, maka akan semakin banyak yang di siapkan, saya memang memiliki kariawan, namun kerja masing-masing karyawan sudah ada, jadi jika mereka di libatkan kembali, takutnya tidak mendapatka hasil yang maksimal, meskipun menggunakan teknologi sangat membantu, tetapi untuk sekarang saya fikir belum memerlukannya, selain produk yang ditawarkan adalah produk basah, saya juga takut di dalam proses packing barang, produk sampai di konsumen tidak sebaik packingan awal, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan kami, maka dari itu untuk meminimalisir hal tersebut, saya belum berani mengambil keputusan mengenai hal ini”

Menurut Ibu Ratna Hayati Pemilik UMKM Kopi Putra Minang, mengatakan bahwa

“saya sedikit kesulitan dalam mengelolah pemasaran produk dengan menggunakan media sosial, maupun aplikasi belanja yang skala nasional, karena saya belum mampu untuk manajemen waktu, sehingga jika nantinya saya memasarkan produk melalui media sosial, hal ini akan membuat kesulitan tersendiri untuk saya maupun karyawan di tokoh, saya masih kekurangan SDM untuk membantu proses tersebut”

Menurut Bpk Megi pengelola UMKM Kopi AM yang mengatakan bahwa,

“Alhamdulillah untuk pemasaran produk kami, telah menggunakan teknologi, bergabung ke market place seperti shopy, serta media sosial lainnya, dan dengan bergabungnya menggunakan Market place tersebut membuat usaha kami semakin berkembang, serta di kenal di berbagai wilayah, baik di sumatra hingga sampai ke Kalimantan”

Menurut Ibu Rahmadani pengelola Kopi Asma, yang mengatakan bahwa

“usaha ini telah menggunakan teknologi inforasi sebagai media pemasaran, namun baru melalui Hp saja, seperti media sosial Instagram, Whatsaapp, danfaceebook, untuk menggunakan market place yang skalanya nasional maupun internasonal, usaha kami belum menggunakan, namun jika usaha ini suatu saat semakin berkemang, maka bisa jadi kami juga ikut menggunakan”

Menurut Ibu Rosmania pemilik UMKM Batiah Putih, yang mengatakan bahwa

“usaha saya tidak menggunakan teknologi ataupun media sosial sebagai alat pemasaran, pemasaran hanya di lakukan secara manual, seperti di pasarkan dari mulut ke mulut, dipasarkan melalui warung-warung sekitar”

Menurut Ibu Deci Fauziah pemilik Usaha Kue Deci, yang mengatakan bahwa

“Untuk menggunakan teknologi sebagai alat pemasaran, alhamdulillah sedikit demi sedikit telah digunakan, namun masih dalam kategori media sosial saja, belum bergabung ke shoppi, karna bagi saya, usaha ini masih sangat dini, sehingga butuh perhatian lebih terperinci, masih mencoba bergerak secara perlahan, saya bukan tidak mau menggunakan market place sebagai media pemasaran, melainkan belum membutuhkan saja”

Berdasarkan yang disampaikan oleh pemilik UMKM diatas, terkait penggunaan Teknologi sebagai media pemasaran produk yang ditawarkan, hal yang senada juga disampaikan oleh Ibu Hellen pegawai Dinas Koperindagpastam Tanah Datar, yang mengatakan bahwa:

“Hingga saat ini kendala yang di hadapi oleh pemilik UMKM di Kabupaten Tanah dalam penggunaan teknologi sebagai media pemasaran produk yang ditawarkan adalah, keterbatasan pengetahuan pemilik dalam menggunakan teknologi, serta kurangnya SDM sebagai pengelola media di sebuah usaha.”

c. Pemasaran produk UMKM Kabupaten Tanah Datar melalui Jaringan Usaha

Sebagaimana yang telah di sampaikan oleh pemilik UMKM Dakak dakak Kurnia Bapak Dani

“untuk jaringan usaha sendiri, kami tidak bekerja sama dengan siapapun, baik itu permodalan maupun merek usaha. Namun kami sudah menjadi supplier tetap untuk beberapa kota di

sumatra barat, seperti Kota Padang, Padang Panjang, Bukit Tinggi, Payakumbuh serta 1 Kota di luar Provinsi Sumatra Barat, seperti Pekanbaru.

Hal senada juga di sampaikan oleh Ibu Yola pemilik UMKM Dakak-dakak Ridho

“usaha ini berdiri sendiri, tanpa ada donatur dari siapapun, namun sudah ada beberapa suplier tetap yang selalu mengantarkan bahan baku untuk pembuatan produk yang di tawarkan, seperti umbi-umbian, tepung, minyak dll. Usaha ini masih dipasarkan di sekitaran sumatra barat, seperti padang panjang, dan payakumbuh. Untuk bausangkar sendiri kita sudah menjadi suplier tetap di beberapa mini market dan super market sekitar, dengan pengantaran 1x 1 Minggu”

Menurut Bapak Riki Siswanto pemilik UMKM Kue Tete, mengatakan bahwa

“usaha kue ini merupakan usaha keluarga, yang di kelolah secara bersama, baik modal awal maupun merek usaha. Untuk bekerjasama tetap dengan pihak luar, kami telah menjadi Suplier tetap di beberapa Kota di Sumatra Barat dan 2 Kota yang berada di Provinsi Riau seperti, di Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Kuantan Singingi, sistem pemesanan ini, jika di luar Kota.”

Menurut Ibu Eni pemilik UMKM SN Tahu dan Tempe, yang mengatakan bahwa

“usaha Tahu dan Tempe ini ialah usaha yang berdiri dengan menggunakan modal dan tenaga kerja awal sendiri, tanpa adanya bantuan dari pihak manapun, baik melalui modal maupun karyawan, sehingga selama 2 tahun pertama usaha ini di kelolah langsung oleh bersama keluarga, namun pada saat

ini sudah memiliki 1 cabang pabrik tahu dan tempe serta 7 orang karyawan di masing-masing pabrik. Untuk bahan baku pembuatan tahu tempe di usaha ini sudah ada 1 tokoh sebagai supplier tetap, sehingga setiap 1x seminggu selalu mengantarkan bahan baku ke lokasi pembuatan, ada aau tidaknya di tokoh tersebut, bahan baku selalu sampai tepat waku di lokasi. Kendala yang sering terjadi, biasanya jika pemasok bahan baku di tokoh mulai menipis, mereka akan sedikit terlambat dalam pengantaran, sehingga untuk meminimalisir kekosongan bahan baku di pabrik, maka kita selalu menghemat pembuatan, jadi ketika bahan baku di tokoh habis total produksi tahu dan tempe masih tetap bisa di lakukan.”

Menurut Ibu Ratna Hayati Pemilik UMKM Kopi Putra Minang, mengatakan bahwa

“usaha kopi ini merupakan usaha turun temurun keluarga, yang di kelolah secara bersama, baik modal awal maupun merek usaha. Usaha ini telah memiliki 3 cabang, 2 di Sumatra Barat 1 Provinsi di Riau, Untuk bekerjasama tetap dengan pihak luar, kami telah menjadi Suplier tetap di beberapa Kota di Sumatra Barat dan 2 Kota yang berada di Provinsi Riau seperti, di Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Kuantan Singingi. Serta sudah menjalin kerjasama dengan masyarakat setempat dan beberapa supplier di cabang daerah, dimana usaha itu berdiri, kedala yang di hadapi dalam menjalin kerjasama ini, umumnya ketika bahan baku langka, maka kami sedikit terlamba dalam menerima bahan baku dari supplier, dan tentunya tidak dapat membeli dari orang lain. Di balik dampak negaif juga ada dampak positif, di beberapa tokoh dan usaha yang telah bekerja sama dengan usaha ini tidak dibolehkan

untuk menerima produk yang sama dari produsen lain, sehingga di tokoh tersebut hanya ada satu merek kopi yang masuk, untuk sistem penjualan, kami harus menyediakan dalam jumlah yang tidak terbaas”

Menurut Bpk Megi pengelola UMKM Kopi AM yang mengatakan bahwa,

“Usaha ini merupakan milik sendiri, baik dari segi modal maupun kepemilikan usaha. Usaha ini alhamdulillah telah di pasarkan ke beberapa wilayah di Indonesia, Seluruh wilayah Sumatra serta telah sampai ke Kalimantan. Untuk bahan baku dari usaha ini kami juga telah memiliki supliyer tetap yang setiap waktunya datang mengantarkan bahan baku yang kami butuhkan untuk produksi serta juga telah menjadi supliyer tetap di beberapa tokoh di daerah Sumatra, seperti Riau, Medan, Sumatra Barat”

Menurut Ibu Rahmadani pengelola Kopi Asma, yang mengatakan bahwa

“usaha ini telah di pasarkan ke beberapa wilayah di sumatra, bahkan telah sampai Jakarta, sudah menjadi supliyer tetap di beberapa toko di wilayah di sumatra, seperti Sumatra Barat dan Riau, namun belum ada suplier tetap bahan baku pada usaha ini”

Menurut Ibu Rosmania pemilik UMKM Batiah Putih, yang mengatakan bahwa

“pemasaran produk ini, hanya menjadi suplier pada warung terdekat dan juga di pasar, tidak ada suplier tetap yang mengantarkan bahan baku pembuatan produk ini, semuanya di beli secara terpisah”

Menurut Ibu Deci Fauziah pemilik Usaha Kue Deci, yang mengatakan bahwa

“Usaha kue ini telah memiliki suplier tetap yang setiap waktunya menyiapkan bahan baku untuk diproduksi, juga telah menjadi suplier tetap di beberapa warung di batusangkar, namun kendala yang dihadapi ketika bahan baku yang dibutuhkan tidak tersedia tepat waktu adalah, dapat menghambat proses produksi, terkadang bahanbakunya ada, namun terkadang tidak, sehingga juga terlambat di antarkan ke warung-warung”

Berdasarkan yang disampaikan oleh pemilik UMKM diatas, terkait jaringan usaha sebagai media pemasaran produk yang ditawarkan, hal yang senada juga disampaikan oleh Ibu Hellen pegawai Dinas Koperindagpastam Tanah Datar, yang mengatakan bahwa:

“salah satu masalah yang di hadapi dalam perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Tanah Datar ini adalah, rendahnya akses UMKM terhadap pasar, sehingga sulit dalam memasarkan produk yang di tawarkan ke masyarakat luar”

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat di ketahui bahwa berdasarkan analisa dijelaskan sebagai berikut

1. Hambatan UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi

Dalam menggunakan teknologi informasi dalam usahanya terdapat beberapa hambatan yang terjadi pada UMKM di Kabupaten Tanah Datar, dengan aspek sebagai berikut:

- a. Hambatan UMKM dalam Menggunakan Teknologi Informasi sebagai media pengimputan data adminitrasi

Berdasarkan teori (Ardianti A. C., 2014), yang menyatakan bahwa dalam menjalankan bisnis terdapat beberapa hambatan terlebih

bagi para pengusaha kecil menengah. Berikut adalah hambatan-hambatan dalam pertumbuhan usaha:

- 1) Finansial (Keuangan) Keuangan mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasi, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan proyek mereka. Semua bisnis memerlukan sumber daya keuangan untuk memulai suatu usaha dan untuk membiayai pertumbuhan usahanya. Kurangnya akses atau ketersediaan dapat menjadi kendala dalam pertumbuhan bisnis.
- 2) Manajerial (keahlian manajemen) Kompetensi manajerial merupakan gabungan dari pengetahuan, kemampuan, perilaku dan sikap yang dipakai dalam bekerja secara efektif. Ditemukan bahwa kurangnya pengalaman manajerial dan keterampilan adalah alasan utama mengapa perusahaan-perusahaan baru gagal.
- 3) Lokasi dan Jaringan, lokasi memiliki dampak pada potensi pasar dan peluang pertumbuhan perusahaan baru. Lokasi mempengaruhi keunggulan kompetitif melalui pengaruhnya terhadap produktivitas dan terutama pada pertumbuhan produktivitas. Kedekatan geografis dengan pembeli atau pemasok memungkinkan perusahaan-perusahaan baru untuk lebih mudah mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pertumbuhan di pasar. Ini berdampak pada prospek pasar perusahaan baru.
- 4) Ekonomi dan Teknologi Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung pada potensi daya tarik dari berbagai strategi dan pola konsumsi dalam perekonomian serta memiliki efek yang signifikan terhadap organisasi di berbagai industri dan di berbagai lokasi. Variabel ekonomi meliputi kebijakan fiskal dan kebijakan moneter pemerintah, inflasi, suku bunga dan kurs valuta asing. Variabel ini mempengaruhi permintaan untuk barang dan jasa dan karenanya pertumbuhan UKM yang baru. Teknologi adalah hal yang sangat

dibutuhkan oleh semua orang pada masa kini. Dalam dunia usaha, investasi dalam teknologi dan menjaga dengan teknologi informasi semakin penting untuk semua perusahaan demi kelanjutan usaha dan kekuatan bersaing. Namun bagi usaha kecil menengah yang baru tanpa akses permodalan mungkin sulit untuk membeli teknologi yang diperlukan. Hal tersebut dapat menjadi sebuah hambatan bagi para pengusaha untuk bertahan dan bersaing.

- 5) Kompetisi Dalam pertumbuhan usaha mikro dan kecil, persaingan adalah hambatan besar yang patut diperhitungkan. Dengan mudahnya pemain baru untuk masuk ke dalam persaingan usaha, kesamaan barang yang dijual dan bersaing dengan pesaing yang lebih besar dapat menghambat pertumbuhan usaha bagi usaha mikro dan kecil.
- 6) Kejahatan dan Korupsi Alasan mengapa UKM terlibat dalam korupsi sering dikaitkan dengan masalah dengan kepatuhan terhadap peraturan dan birokrasi. UKM kekurangan daya tawar dan pengaruh untuk menentang permintaan untuk pembayaran tidak resmi dan permohonan serupa.
- 7) Tenaga kerja UKM baru memerlukan akses yang sesuai untuk keterampilan dan tenaga kerja yang bermotivasi dalam mempertahankan pertumbuhan dan memiliki loyalitas. Mahadeva menemukan bahwa itu sulit dan mahal untuk UKM untuk mempekerjakan tenaga kerja yang berkompetensi dan loyal.
- 8) Infrastruktur Kualitas infrastruktur dapat mempengaruhi prospek pertumbuhan UKM baru terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Negara-negara berkembang banyak menderita karena keadaan infrastruktur dasar seperti transportasi, telekomunikasi dan listrik. Selain itu, biaya regulasi dapat berdampak pada pertumbuhan UKM baru. UKM baru harus mendapatkan izin dan membayar pajak.

Berdasarkan teori pada poin 2) yang menjelaskan bahwa “Manajerial (keahlian manajemen) Kompetensi manajerial merupakan gabungan dari pengetahuan, kemampuan, perilaku dan sikap yang dipakai dalam bekerja secara efektif. Ditemukan bahwa kurangnya pengalaman manajerial dan keterampilan adalah alasan utama mengapa perusahaan-perusahaan baru gagal” Hal ini juga sejalan dengan yang terjadi di lapangan, berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, peneliti menemukan bahwa salah satu faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor lain dari penghambat penggunaan teknologi dalam pengelolaan administrasi usaha ialah manajemen waktu dari pengelola usaha, para pemilik mengaku bahwa belum mampu untuk membagi waktu dikarenakan memiliki pekerjaan lain selain dari mengelola usaha tersebut, hal ini menyebabkan pemilik usaha lebih memilih mengimput secara manual di bandingkan otomatis di komputer.

Seperti yang telah disampaikan oleh Ibu Ratna dan Eni serta pemilik UMKM lainnya yang mengatakan bahwa, faktor penghambat usaha belum menggunakan Teknologi ataupun mengimput data menggunakan komputer adalah, kurang mahirnya pemilik dalam menggunakan komputer, sehingga jika dipaksakan administrasi akan semakin tersusun tidak rapi. Kurang mahirnya para pemilik dalam memajemen waktu untuk mengimput data-data administrasi ke komputer, yang disebabkan pemilik usaha tidak hanya bekerja mengelola administrasi saja melainkan ikut andil dalam proses pembuatan produk serta di luar pekerjaan ini, pemilik juga memiliki pekerjaan lain.

Berdasarkan poin nomor 7) yang menjelaskan bahwa “Tenaga kerja UKM baru memerlukan akses yang sesuai untuk keterampilan dan tenaga kerja yang bermotivasi dalam

mempertahankan pertumbuhan dan memiliki loyalitas, namun diketahui bahwa sulit dan mahal untuk mempekerjakan tenaga kerja yang berkompotensi dan loyal”. Hal ini juga sejalan dengan yang terjadi di lapangan, berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, peneliti menemukan bahwa salah satu faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

- 1) Terdapat beberapa pemilik UMKM yang memiliki usia yang memang kurang mampu untuk mengelolah data menggunakan teknologi. Sehingga sangat dibutuhkan bantuan dari orang yang memang mahir di bidang tersebut, namun hal ini juga menjadi penyebab terhambatnya penggunaan Teknologi informasi, dikarenakan kurangnya SDM , serta para pemilik UMKM belum menemukan orang yang pas untuk di percayai mengelolah data tersebut.
- 2) Pemilik UMKM merasa belum memerlukan teknologi dalam mengimputan data, baik melalui komputer maupun hp, hal ini dikarenakan data yang di imput lebih mudah jika dilakukan secara manual, jika data tersebut diperlukan secara cepat para pemilik UMKM tinggal buka buku saja tanpa menunggu terlalu lama
- 3) Terdapat beberapa pemilik UMKM yang memiliki usia yang memang kurang mampu untuk mengelolah data menggunakan teknologi. Sehingga sangat dibutuhkan bantuan dari orang yang memang mahir di bidang tersebut, namun hal ini juga menjadi penyebab terhambatnya penggunaan Teknologi informasi, dikarenakan kurangnya SDM , serta para pemilik UMKM belum menemukan orang yang pas untuk di percayai mengelolah data tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ratna Hayati Pemilik UMKM Kopi Putra Minang, mengatakan bahwa

“Menggunakan komputer dalam menginput data Usaha ini, bukanlah hal sulit, namun dengan keadaan saya d yang juga memiliki pekerjaan di luar mengelolah usaha ini, saya sedikit kesulitan, lebih mudah rasanya menginput secara manual. Namun bukan berarti saya tidak bersedia menggunakan komputer, saya juga sudah berusaha untuk mencari Admin yang tepat untuk mengelolah adminitrasi, hanya saja belum menemukan yang tepat”

Hal ini juga sejalan dengan hasil wawancara bersama salah seorang pegawai Dinas Koperindagpastam Kabupaten Tanah Datar yang menyatakan bahwa salah satu faktor penghambat UMKM dalam menggunakan teknologi informasi dalam pengelolaan adminitrasi adalah rendahnya tingkat pengetahuan dan minat pemilik usaha untuk mengaplikasikan teknologi dalam pengembangan usahanya.

Namun terlepas dari itu semua, Dinas Koperindagpastam Tanah Datar telah mencoba untuk menyiasati agar hambatan-hambatan ini tida terjadi lagi, dengan mengadakan Program Pembedayaan, Pelatihan Kewirausahaan untuk pemilik UMKM di Kabupaten Tanah Datar. Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan bagi UMKM bertujuan untuk meningkatkan kualitas pribadi sumber daya manusia (SDM) yang tangguh, mempunyai jiwa wirausaha dan juga untuk meningkatkan kemampuan manajerial serta kewirausahaan bagi UMKM. Sehingga tercapai kinerja yang optimal dan tumbuh berkembang menjadi UMKM yang sehat, tangguh, dan mandiri sebagai pelaku usaha dalam perekonomian rakyat. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku usaha UMKM yang berada di Kabupaten Tanah Datar.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ardianti R. Y., 2012) dengan judul Analisa

Faktor-faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal di Jawa Timur, yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisa, faktor faktor penghambat UMKM dalam pertumbuhannya ialah, kesulitan unuk mendapatkan tenaga kerja yang ahli di bidang tersebut. Sehingga dapat menghambat pertumbuhan pada sektor formal UMKM di Jawa Timur

b. Hambatan UMKM dalam Menggunakan Teknologi Informasi sebagai media pemasaran produk

Berdasarkan teori yang di sampaikan oleh (Utomo, 2017) menyatakan bahwa Beberapa permasalahan dan hambatan yang ditemui baik dalam hal manajemen secara internal dan eksternal maupun dalam pelaksanaan kegiatan usaha yang antara lain sebagai berikut:

- 1) Terbatasnya modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM
- 2) Masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha di dunia bisnis
- 3) Kurangnya ketersediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam membantu pengembangan dan peningkatan usahanya
- 4) Adanya hambatan secara eksternal seperti kesediaan tenaga listrik yang dianggap mengganggu kegiatan operasional dari UMKM di kota Tarakan
- 5) Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi, sistem dan proses pemasaran bagi hasil produksinya
- 6) Kurang pahamnya mengenai birokrasi dalam dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembanganusaha bagi UMKM

- 7) Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas
- 8) Akses sarana informasi yang dapat diakses oleh masyarakat masih terbatas dan kebijakan yang masih terlihat bias bagi pelaku UMKM di Kota Tarakan, sehingga mengurangi ruang gerak bagi pelaku UMKM kota Tarakan.

Berdasarkan teori pada poin 2) yang menyatakan bahwa “Masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha di dunia bisnis” dan poin 5) tentang Kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM tentang strategi, sistem dan proses pemasaran bagi hasil produksinya”. Poin 6) tentang salah satu faktor penghambat UMKM dalam penggunaan teknologi adalah “Kurang pahamiannya mengenai birokrasi dalam dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembanganusaha bagi UMKM”. Serta pada poin nomor 7) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor terhambatnya UMKM dalam menggunakan Teknologi adalah sebagai berikut “Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas”.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian melalui wawancara yang di lakukan pada UMKM di Kabupaten Tanah Datar. Peneliti menemukan bahwa Penyebab adanya Hambatan-hambatan UMKM dalam menggunakan Teknologi Informasi dalam pemasaran produk yang diatwarkan adalah sebagai berikut:

- 1) Rendahnya pengetahuan dan pemahaman pemilik usaha dalam menggunakan media sosial sebagai media pemasaran.
- 2) Rendahnya pengetahuan terhadap dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka

lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembangan usaha bagi UMKM

- 3) Rendahnya kemampuan manajemen usaha dan waktu yang dimiliki oleh pelaku usaha.
- 4) Terbatasnya kemampuan pemilik UMKM dalam penggunaan teknologi serta kurangnya SDM yang ahli dalam bidang pengelolaan tersebut.

Seperti yang telah disampaikan oleh Ibu Eni dan Ratna bahwasanya dalam memasarkan menggunakan teknologi hal yang paling menghambat adalah kurang mampunya pemilik maupun karyawan dalam menggunakan teknologi tersebut, kurangnya pengetahuan akan dunia bisnis yang lebih luas dari pemasaran secara lokal yang biasanya kerap dilakukan, selain itu kesibukan dari masing-masing pemilik juga mempengaruhi hal ini, serta sulitnya mencari admin dan karyawan pengelola pemasaran yang handal di bidangnya. Sehingga penggunaan teknologi berbasis komputer maupun *hanphone* merupakan sesuatu yang belum dapat di realisasikan dengan baik oleh masing-masing pemilik UMKM di Kabupaten Tanah Datar.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Siahaan, 2020) yang mengatakan bahwa faktor faktor penghambat UMKM dalam meningkatkan daya saing adalah salahsatunya dikarenakan UMKM yang masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, manajemen waktu, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta pengetahuan akan bisnis dan teknologi tersebut. Sehingga dapat menghambat perkembangan sebuah usaha.

2. Hambatan Pemasaran produk UMKM Kabupaten Tanah Datar melalui Jaringan Usaha

Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui, terdapat beberapa faktor penyebab UMKM tidak mampu menggunakan jaringan usaha,

seperti usaha keluarga yang dimiliki bersama, ketidak inginan pemilik untuk berbagi usaha dengan piha lain. Namun dalam penelitian tersebut di ketahui bahwa cukup tinggi tingkat relasi, dan telah ada menggunakan jaringan usaha, meskipun masih dalam skala kecil, oleh pemilik UMKM di kabupaten Tanah Datar, sehingga produk yang di tawarkan telah sampai kebeberapa Kota di luar maupun dalam Provinsi Sumatra Barat.

Seperti yang di sampaikan oleh Ibu Ratna selaku pemilik UMKM Kopi, dalam pengelolaan usaha tersebut, telah memiliki suplier tetap dan telah menjadi suplier tetap di beberapa tokoh di kota yang berbeda, sehingga sangat membantu peningkatan penawaran pada produk yang ditawarkan, tercatat bahwa hingga saat ini produksi sudah menjadi lebih efektif, yang terlihat dari tingginya jumlah permintaan akan kopi yang di pasarkan, semakin luas jangkauan pemasaran produk maka akan semakin dkenal masyarakat merek dari produk yang ditawarkan, namun juga diketahui bahwa, selain adanya dampak negatif dari pemasaran melalui menjadi supplier tetap dan mendapatkan supplier tetap adalah produk yang ditawarkan tidak bisa masuk ke seluruh tokoh maupun supermarket, serta tidak bisa mengambil bahan baku dari toko lain, sehingga jika sering terjadi kekurangan jumlah bahan baku yang dibutuhkan, namun meskipun demikian hal ini bukanlah sesuau yang besar yang dapat mempengaruhi produksi kopi pada usaha tersebut.

Hal ini juga selajan dengan yang disampaikan oleh salah seorang pegawai Dinas Koperindagpastam Kabupaten Tanah Datar, yang mengatakan bahwa, Salah satu masalah yang dihadapi dalam pengembangan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar, sehingga sulit dalam memasarkan produk yang di tawarkan ke masyarakat luar. Namun dengan adanya hambatan ini, Dinas Koperindagpastam Tanah Datar telah mencoba mesiasati agar hal ini tidak berkelanjutan terjadi di lapangan, dengan menggunakan strategi penguatan, yakni dengan mengadakan pameran, baik pameran daerah, dalam negeri maupun luar negeri. Dinas Koperindag Tanah Datar memberikan bantuan kepada

UMKM dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya melalui penyelenggaraan promosi produk UMKM. Dengan melakukan pameran produk UMKM maka diharapkan para pengelola UMKM di Kabupaten Tanah Datar semakin aktif dan selektif dalam menampilkan produk-produknya dengan mutu, desain, dan harga yang semakin bersaing dengan produk-produk dari daerah lain dan bahkan dari negara-negara lain baik di pasar nasional maupun internasional. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan promosi produk usaha UMKM ini adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai ajang promosi dan pemasaran produk-produk UMKM kepada masyarakat baik itu nasional maupun internasional yang diharapkan dapat menembus pangsa pasar nasional maupun internasional.
- b. Mempromosikan produk UMKM dalam meraih pasar global untuk mengantisipasi masuknya produk-produk yang diproduksi oleh produsen luar negeri.
- c. Merupakan forum bertukar wawasan baik antar sesama pengrajin/pengusaha ataupun dengan masyarakat untuk meningkatkan teknologi, kualitas, dan mutu hasil kerajinan.
- d. Sebagai ajang kompetisi untuk menumbuhkan kreasi dan meningkatkan prestasi dunia kerajinan. Pameran

Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Ardianti A. C., 2014) dengan judul Faktor faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Pada Sektor Formal dan Informal di Jawa Timur, yang menyatakan bahwa usaha usaha mikro dan kecil pada sektor formal dan informal di Jawa Timur mengalami hambatan pertumbuhan yang termasuk kedalam kategori sedang. Dalam penelitian tersebut di temukan 5 hambatan utama, yakni dalam pertumbuhan usaha mikro kecil, faktor kompetisi, faktor lokasi dan jaringan usaha, faktor tenaga kerja, faktor ekonomi dan teknologi serta faktor financial

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil yang di analisis, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa Faktor-faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Teknologi Informasi
 - a. UMKM di Kabupaten merasa belum membutuhkan teknologi sebagai menopang pergerakan kemajuan usaha yang dimiliki, baik penggunaan dalam bentuk pengelolaan adminitrasi maupun pemasaran produk yang ditawarkan.
 - b. Rendahnya pengetahuan dan pemahaman pemilik usaha dalam menggunakan media sosial sebagai media pemasaran.
 - c. Kemampuan dalam penggunaan atau penerapan teknologi dalam menunjang peningkatan usaha dan kemampuan penerapan standar produk UMKM yang masih terbatas, baik dalam mengelolah data maupun memasarkan produk menggunakan teknologi. Sehingga sangat dibutuhkan bantuan dari orang yang memang mahir di bidang tersebut, namun hal ini juga menjadi penyebab terhambatnya penggunaan Teknologi Informasi, dikarenakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih sedikit, sehingga sulit menemukan tenaga kerja yang ahli di bidang tersebut
2. Faktor-faktor penghambat UMKM di Kabupaten Tanah Datar dalam menggunakan Jaringan Usaha
 - a. Pemilik UMKM yang masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha, manajemen waktu, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas, serta rendahnya minat pemilik UMKM dalam memanfaatkan Jaringan usaha sebagai sarana pemasaran skala nasional.

- b. Rendahnya akses UMKM terhadap Pasar, sehingga dapat menyebabkan rendahnya pengetahuan terhadap dunia usaha untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dari pasar lokal yang telah mereka lakukan dan minimnya atau sedikitnya informasi mengenai pengembangan usaha bagi UMKM.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Perlu dilakukan penelitian lanjutan dan peninjauan ulang serta tidak lanjutan penelitian ini, dengan memperpanjang waktu periode penelitian serta menimbulkan ide-ide baru sehingga para pelaku Usaha gemar menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha dalam pengelolaan adminitrasi usaha maupun pemasaran, sehingga UMKM di Kabupaten Tanah Datar dapat berpacu dan bersaing dengan kota-kota lain di Sumatra Barat maupun skala Internasional

2. Bagi Pemilik Usaha

Diharapkan untuk membuka wawasan serta berani mengambil keputusan untuk menggunakan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha, guna meningkatkan perkembangan produk yang di tawarkan, sehingga produk maupun merek dari usaha yang di pasarkan dapat bersaing di skalan nasional maupun internasional

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan untuk lebih memperhatikan UMKM di Kabupaten Tanah Datar dengan meningkatkan Strategi-strategi untuk menimbulkan seamangat usaha, sehingga para pemilik UMKM berani dalam melakkan inovasi-inovasi baru terhadap produknya, seperti penawaran pelatihan kewirausahaan untuk seluruh pemilik UMKM di Kabupaten Tanah Datar, mengajarkan dan membimbing para pelaku usaha tersebut. Sehingga kegiatan tersebut dapat membantu pemilik usaha dalam perbaikan

usahanya, dari yang sebelumnya tidak memanfaatkan Teknologi Informasi dan Jaringan Usaha, menjadi UMKM yang berkemajuan yang mampu bersaing dengan UMKM di Kota-kota lain, dengan skala Nasional bahkan Internasional

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan Umkm*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Adawiyah, W. R. (2013). Faktor Faktor Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm): Studi Di Kabupaten Banyuwangi. 9.
- Agus Pitoyo, E. (2018, September). Analisis Pengaruh Teknologi Informasi Dan Knowledge Management Terhadap Daya Saing Ukm. *Infokam Nomor Ii*, P. 114.
- Alyas, R. M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan. *Sosiohumaniora*, 115.
- Andriyanto, I. (2019). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Ecommerce. *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.
- Ardianti, A. C. (2014). Fakor Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Pada Sektor Formal Dan Informal Di Jawa Timur. *Agora*.
- Ardianti, R. Y. (2012). Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Formal Di Jawa Timur. *Agora*.
- Arisandi, M. T. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 62-76.
- Asrul Sani, D. (2020). Pengembangan Model Adopsi Teknologi Informasi Terhadap Model Penerimaan Teknologi Diantara Umkm. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 151-152.
- Badan Pusat Statistik Kab. Tanah Datar. (2021). *Kabupaten Tanah Datar Dalam Angka 2021*. Batusangkar: Bps-Statistics Tanah Datar Regency.
- Bank Indonesia, B. S. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indoensia.
- Berlilana, D. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 Terhadap Perkembangan Umkm Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Matrix*, 87-88.

- Dewi Jayanti Mandasari, J. W. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 123-128.
- Dewi Suryani Purba Dkk. (2021). *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Dwi Anggraeni F, H. I. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*.
- Febriyantoro, M. T. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 62-76.
- Haq, A. D. (2016, 08 19). Analissi Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Bantul. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, P. 4.
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kualitatif Untuk Riset Pariwisata*.
- Ibeng, P. (2020, Oktober Senin). *P Ibeng*. Retrieved Oktober Senin, 2020, From From Umkm : Pengertian, Ciri-Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh : <https://pendidikan.co.id/pengertian-umkm>
- Irawan Dandan. (2020). *Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha*.
- Listyaningsih, A. A. (2020). *Kontribusi Umkm Terhadap Keselamatan Masyarakat*. Yogyakarta: Andi Ikapi.
- Mardia, D. (2021). *Kewirausahaan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Masita, W. A. (2020). *Bisnis Dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsi. (2017). Analissi Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Ban Indonesia Ke Kawasan Amerika Latin. *Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 3.
- Moh. Kurdi, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Di Kabupaten Sumenep Melalui E-Commerce. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 569.

- Mohamad Irhas Effendi, D. (2020). *Inovasi Teknologi Dan Kinerja Bisnis Ukm*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Nofyat, A. I. (2018). Sistem Informasi Pengaduan Pelanggan Air Berbasis Website Pada Pdam Kota Ternate . *Indonesian Journal On Information System*, 10-19.
- Pitoyo, A. (2018). *Meningkatkan Daya Saing Ukm Dari Prespektif Teknologi Informasi, Pengelolaan Pengetahuan, Dan Standarisasi Produk (Studi Kasus Pada Ukm Pengrajin Alat Peraga/Permainan Edukatif Di Klaten)*. Jakarta: Amik Jakarta Teknologi Cipta.
- Prasetyo, A. (2006). Dampak Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Proses Auditing Dan Pengendalian Internal. *Dinamika*, 66.
- Pratiwi, N. P. (2021). Pemberdayaan Umkm Melalui Penerapan Teknologi Informasi Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. *Sewaka Bhakti*, 121-122.
- Purnomo, K. A. (2021). *Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta*, 239.
- Rahardjo Budi, D. (2019). *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan Umkm Di Kota Magelang*.
- Rakanita, A. M. (2019). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak*.
- Ramadhan, A. D. (2019). *Persepsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Tentang Akuntansi Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Balai*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Rerung, R. R. (2018). E-Commerce (Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. In C. Pertama. Yogyakarta : Cv Budi Utama.
- Saifullah, M. R. (2015). Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 132-141.
- Siahaan, A. M. (2020). Faktor Pendukung Dan Penghambat Kinerja Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. Stindo Profesional.

- Suci, Y. R. (2015). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan*.
- Sugiyono. (2012). *Mamahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani Dewi Purba Dkk. (2021). *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sutopo, H. P. (2018). Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset. *Jurnal Teknik Industri*.
- Tambunan, T. (2019). *Umkm Di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tanah Datar, K. (2021). *Umkm Di Tanah Datar*. Tanahdatar: Koperindagpastam.
- Utami, S. S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis . *Akunansi Dan Sistem Teknologi Informasi Vol.8 No 1*, 62-63.
- Utomo, A. D. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Tarakan. *Organisasi Dan Manajemen* .
- Ulfah Alifiyah Darajat, S. M. (2021). Implementasi Operasional Zakat Infak Dan Sedekah Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Perpektif Ekonomi Islam. *Ijtimaiyya, Vol.14, No1*, 56-90.
- Yaumi, M. (2018). Media Dan Teknologi Pembelajaran. In *Cetakan Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Yudanto, Y. (2018). *Informasi Technology Business Start-Up (Ilmu Dasar Merintis Start-Up Berbasis Teknologi Informasi Untuk Pemula*. Jakarta: Pt. Alex Media Komputindo.