

## **Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Untuk Mengidentifikasi Pemanfaatan Internet Usaha Kecil dan Menengah Sumatera Selatan**

**Wiwin Agustian.<sup>1</sup> Rusmin Syafari<sup>2</sup>**

**Universitas Bina Darma Palembang**  
universitas@mail.binadarma.ac.id

### **ABSTRAK**

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia secara umum telah mampu membuktikan diri menjadi salah satu pilar perekonomian nasional. Beberapa perusahaan penyedia layanan internet kelas dunia bahkan telah berani untuk memberikan jasa mereka membantu UKM Indonesia agar dapat melakukan penetrasi pasar yang lebih besar bagi produk UKM. Google sebagai salah satu penyedia layanan internet bagi UKM Indonesia, pada tahun 2012 telah meluncurkan program “Bisnis Lokal *Go On-Line*” dengan menyediakan domain dan *hosting* gratis selama setahun, dan mencapai target hingga 100.000 bisnis Indonesia yang sudah online. Kajian untuk menghasilkan data yang spesifik mengenai pemanfaatan internet oleh pelaku UKM Sumatera selatan, dan untuk memperbarui data permasalahan yang dihadapi UKM Sumatera Selatan, serta untuk mengetahui kemampuan UKM Sumatera Selatan dalam mengadopsi teknologi berbasis internet merupakan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. Untuk itu, peneliti akan mengadopsi pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan uji statistik menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM). Dalam pengumpulan data dilakukan dengan teknik sampling pada tiga lokasi yaitu Kota Palembang, Kabupaten Banyuasin, dan Kota Prabumulih dengan sasaran pada UKM yang menghasilkan komoditi unggulan daerah masing-masing. Dengan adanya hasil kajian tersebut, pemerintah Sumatera Selatan dan institusi ataupun lembaga yang terkait serta perusahaan besar yang memperdulikan keberadaan UKM Indonesia, akan dapat memetakan strategi yang tepat bagi peningkatan pendapatan UKM khususnya di wilayah Provinsi Sumatera Selatan.

### **I.PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Kementerian UKM melaporkan bahwa jumlah usaha kecil di Indonesia pada tahun 2004 tercatat sebesar 43.158.468 unit atau 99,85 persen dari total unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 70.919.385 orang atau 89,24 persen dari total tenaga kerja yang bekerja di industri. Tetapi jumlah unit dan penyerapan tenaga kerja tersebut belum diimbangi dengan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan nilai Ekspor. Kontribusi usaha kecil, menengah, dan besar terhadap PDB berturut-turut adalah 820.491.528 juta (40,36%), 315.372.815 juta (15,51%), dan 896.960.557 juta (44,12%). Sedangkan sumbangan terhadap nilai ekspor hanya sebesar 23.775.942 juta atau 4,05 persen, jauh lebih rendah dibandingkan dengan usaha menengah dan besar yang tercatat sebesar 67.904.169 juta (11,57 %) dan 495.173.009 juta (84,38 %).

Berdasarkan data strategis BPS, PDB atas dasar harga konstan tahun 2000, pada tahun 2008 mencapai Rp. 2.082,5 triliun rupiah dan pada tahun 2011 meningkat menjadi sebesar Rp. 2.463,2 triliun rupiah. Sementara pada semester I tahun 2012, PDB atas dasar harga konstan sebesar Rp. 1.283,4 triliun rupiah. PDB berdasarkan harga berlaku tahun 2008 sebesar Rp4.948,7 triliun rupiah dan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya hingga mencapai Rp. 7.427,1 triliun rupiah pada tahun 2011. Sementara pada semester I tahun 2012 nilainya sebesar Rp. 4.027,8 triliun rupiah. Distribusi PDB menurut sektor atau lapangan usaha atas dasar harga berlaku menunjukkan peran sektor-sektor ekonomi pada tahun tersebut. Tiga sektor utama: Sektor Pertanian; Industri Pengolahan; dan Perdagangan, Hotel, dan Restoran mempunyai peran lebih dari separuh dari total perekonomian yaitu sebesar 56,3 persen pada tahun 2008, 55,0 persen (2009), 53,8 persen (2010) dan 52,8 persen (2011) serta 52,3 persen pada semester I tahun 2012. Pada tahun 2011 Sektor Industri Pengolahan memberi kontribusi terhadap total perekonomian sebesar 24,3 persen, Sektor Pertanian 14,7 persen, dan Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran 13,8 persen; sama halnya pada semester I tahun 2012 komposisi ini tidak mengalami perubahan yaitu Sektor Industri Pengolahan sebesar 23,6 persen, Sektor Pertanian 15,0 persen, dan Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran 13,7 persen. (BPS, 2012 : 15-16)

Dalam upaya pembangunan perekonomian nasional, meningkatkan daya saing bagi usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Hal tersebut berkaitan dengan peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional melalui terciptanya produk domestik bruto (PDB) sebagai kontribusi nyata dari sektor tersebut sehingga menjadi nilai tambah secara nasional. Dengan adanya Strategi peningkatan daya saing bagi UKM, maka peran UKM bagi sektor pembangunan perekonomian nasional akan semakin besar. Salah satu faktor yang cukup berperan penting untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan mengadopsi teknologi informasi (TI). Namun dari beberapa penelitian yang

telah dilakukan diantaranya Sarosa dan Zogwy (2004) yang meneliti mengenai adopsi TI di UKM menunjukkan hasil seringnya ditemukan kegagalan UKM dalam menerapkan TI, serta UKM Indonesia yang melakukan adopsi TI masih rendah.

Hal sebaliknya terjadi pada awal tahun 2012, dimana perusahaan besar penyedia jasa layanan internet dunia, Google yang bekerjasama dengan beberapa perusahaan besar Indonesia, mencanangkan program “Bisnis Lokal Go Online” dengan memberikan sebanyak 100.000 domain dan hosting gratis bagi UKM Indonesia agar dapat lebih memberikan manfaat ekonomi secara nyata bagi masyarakat Indonesia. (Kompas.com, 11 Januari 2012). Permasalahan tersebut penting untuk diteliti dengan lebih cermat tentang pemanfaatan TI khususnya internet bagi UKM Indonesia di wilayah Sumatera Selatan. Karena sampai saat ini belum tersedia data yang mengungkapkan kondisi pemanfaatan teknologi tepat guna tersebut di instansi dan lembaga yang terkait dengan perkembangan UKM Sumatera Selatan. Dikarenakan hal ini juga berkaitan dengan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya bahwa penerapan TI dan internet di UKM dapat meningkatkan daya saing UKM tersebut tidak hanya secara lokal melainkan secara global.

### **I.1.Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah, Apakah pelaku UKM telah memanfaatkan internet sebagai teknologi tepat guna dan bagaimanakah pengaruh penerimaan UKM terhadap teknologi informasi (TI) internet dalam meningkatkan daya saing UKM Sumatera Selatan.

### **I.2. Tujuan**

Untuk mengetahui apakah pelaku UKM telah memanfaatkan internet sebagai teknologi tepat guna dan bagaimana pengaruh penerimaan UKM terhadap teknologi informasi (TI) internet dalam meningkatkan daya saing UKM Sumatera Selatan.

### **I.3. Manfaat**

Sebagai sumbangan pemikiran bagi pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan khususnya tentang pemanfaatan teknologi internet pada UKM

## **II.TINJAUAN PUSTAKA**

**Pertumbuhan Ekonomi.** Pada dokumen resmi Data Strategis BPS (2012) dinyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang menggambarkan pertumbuhan produksi barang dan jasa, di suatu wilayah perekonomian dalam selang waktu tertentu. Produksi tersebut diukur dalam nilai tambah (*value added*) yang diciptakan oleh sektor-sektor ekonomi di wilayah bersangkutan yang secara total dikenal sebagai Produk Domestik Bruto (PDB). Nilai tambah juga merupakan balas jasa faktor produksi - tenaga kerja, tanah, modal, dan *entrepreneurship* - yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Penghitungan PDB mempertimbangkan produksi domestik tanpa memperhatikan kepemilikan faktor produksi. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi adalah sama dengan pertumbuhan PDB. Apabila “diibaratkan” kue, PDB adalah besarnya kue tersebut. Pertumbuhan ekonomi sama dengan membesarnya “kue” tersebut yang pengukurannya merupakan persentase pertambahan PDB pada tahun tertentu terhadap PDB tahun sebelumnya. (BPS, 2012)

**Konsep Daya Saing.**Porter (1994) dalam Tumar Sumiharjo (2008:8) menyebutkan bahwa istilah daya saing sama dengan *competitiveness* atau *competitive*, sedangkan istilah keunggulan bersaing sama dengan *competitive advantage*. Dijelaskan juga oleh Tumar (2008) mengenai istilah daya saing ini yaitu : “Kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Martin, dalam Widodo (1991:19) menyatakan bahwa “daya saing adalah kemampuan berkelanjutan untuk mendapat keuntungan dan mempertahankan pasar”. Tingkat keuntungan yang besar, menunjukkan bahwa industri tertentu mampu menciptakan efisiensi dan efektifitas dalam proses produksi yang dapat dilihat pada peningkatan kapasitas produksi. Pernyataan ini ditambahkan juga oleh Tulus Tambunan (2002) bahwa “keunggulan suatu negara atau industri dalam persaingan global selain ditentukan oleh keunggulan komparatif yang dimilikinya yang diperkuat proteksi atau bantuan dari pemerintah, juga sangat ditentukan oleh keunggulan kompetitifnya. Salah satu dari faktor-faktor keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan untuk dapat bersaing di pasar global yang terutama adalah penguasaan teknologi dan peningkatan inovasi.

**E-Commerce.**Teknologi informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global. Perusahaan yang awalnya kecil seperti toko buku Amazon, portal Yahoo, dan perusahaan lelang sederhana Ebay, ketiganya saat ini menjadi perusahaan raksasa hanya dalam waktu singkat karena memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya (M. Suyanto, 2005). Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas.

Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor sangat mungkin. Menurut Internet World States, pada tahun 2005 pemakai internet dunia mencapai angka 972.828.001 (hampir satu miliar), pengguna di Indonesia diperkirakan mencapai 16 juta orang. Jumlah pemakai terbesar di Amerika Serikat dan Kanada, yaitu mencapai 68,2% dari jumlah penduduknya.

*Electronic commerce (e-commerce)* merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000 dalam M. Suyanto 2005;11). Kalakota dan Whinston (1997) mendefinisikan e-commerce dari beberapa perspektif berikut, 1. Perspektif komunikasi: *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui line telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya. 2. Perspektif Proses Bisnis: *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan. 3. Perspektif layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan. 4. Perspektif Online: *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang adalah berdasarkan sifat transaksinya, yakni : M. Suyanto (2005,30)

- 1) *Business to Business (B2B)* 2) *Business to Consumer (B2C)* 3) *Consumer to Consumer (C2C)* 4) *Consumer to Business (C2B)* 5) *Non Business e-commerce* 6) *Intrabusiness (Organizational) e-commerce*

**Sikap dan Intensi Pemanfaatan Internet Dalam Kegiatan Bisnis.** Hasil penelitian yang disajikan oleh Irena Anggita, dkk. (2010), menyatakan bahwa sikap pelaku UKM dalam memanfaatkan internet adalah positif dan internet juga dapat meningkatkan intensi dalam bisnisnya. Hasil tersebut mengungkapkan bahwa *theory of reasoned action* yang dikemukakan oleh Fishbane dan Ajzen yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur pemanfaatan teknologi tepat guna internet bagi perkembangan UKM.

Berdasarkan hasil penelitian sikap dan intensi yang positif terhadap pemanfaatan internet dalam kegiatan bisnis hendaknya dijadikan sebagai peluang baik bagi pengusaha UKM, masyarakat maupun pemerintah, untuk mengoptimalkan penggunaan internet sebagai salah satu cara pengembangan kegiatan bisnis terutama sebagai sarana promosi dan perluasan jaringan usaha. Perlu adanya perhatian dari pemerintah maupun lembaga pendamping UKM untuk mendampingi dan memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan internet dalam kegiatan bisnis dalam upaya membantu meningkatkan daya saing dan potensi bisnis di masa yang akan datang. (Irena Anggita, dkk., 2010)

**Technology Acceptance Model (TAM).** Model TAM sebenarnya diadopsi dari model theory of Reasoned Action (TRA) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut (Davis, 1989). Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya TI oleh pengguna (user).

Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu : 1. kemudahan penggunaan (*ease of use*). 2. kemanfaatan (*usefulness*). Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek keperilakuan pengguna (Davis, 1989). Konstruk yang digunakan dalam penelitian ini, mengacu pada penelitian sebelumnya yaitu : Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan *technology acceptance model (TAM)* (Arief, 2008) namun dimodifikasi dengan penekanan pada pemanfaatan internet. Karena penekanan kajian ini masih berkaitan dengan bidang TI, sebagaimana telah dikemukakan oleh Davis (1989) dan untuk kebutuhan penelitian ini teknologi komputer dispesifikasikan pada internet, adalah 1. **Perceived Easy of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan - PKP)**. 2. **Perceive Usefulness (Persepsi Manfaat - PM)**. 3. **Attitude Toward Using (Sikap Penggunaan - SP)**. 4. **Behavioral Intention of Use (Perilaku Penggunaan - PP)**. 5. **Actual System Usage (Kondisi Penggunaan - KP)**

### III. METODE PENELITIAN

#### III.1. Tempat Penelitian

Kota Palembang, Kabupaten Banyuasin dan Kota Prabumulih. Ketiga lokasi tersebut merupakan wilayah yang dianggap mampu untuk menjadi objek penelitian ini dikarenakan memiliki UKM yang cukup variatif dalam bidang usahanya serta memiliki produk unggulan daerah yang khas.

#### III.2. Data Yang Digunakan

Dalam penelitian ini, menggunakan data primer yang didapatkan melalui survey langsung pada sejumlah sampel di lokasi objek penelitian dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian. Sedangkan untuk pendukung

pengambilan keputusan, data sekunder akan menggunakan dokumen yang tersedia pada instansi pemerintah ataupun lembaga lainnya yang terkait dengan penanganan UKM.

### III.3.POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Dengan mengacu pada ketersediaan data yang diperoleh dari lembaga terkait, maka jumlah populasi dan sampel dihitung dari data yang sudah ada, yakni terdapat sejumlah 6.190 unit usaha. Sampel yang digunakan untuk pengujian dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi tersebut, sehingga kuesioner disebarakan terhadap 620 pelaku UKM di Kota Palembang, Kota Prabumulih, dan Kabupaten Banyuasin. Telah diperoleh sebanyak 475 unit kuesioner yang dikembalikan oleh responden.

### III.4.Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan tingkat signifikansi paling moderat, yaitu sebesar 10% dengan asumsi untuk mengolah kuesioner dengan jumlah yang mendekati batas minimal sampel yang dipersyaratkan. Berdasarkan variabel laten yang dikembangkan dari teori, maka terbentuk model teoritis yang digunakan pada penelitian ini sebagaimana termuat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Konstruk Model Teoritis**

Variabel Laten	Dimensi Konstruk
PKP	X1 = fleksibilitas
	X2 = kemudahan untuk dipelajari/dipahami
	X3 = kemudahan untuk digunakan
	X4 = kemudahan untuk berinteraksi
PM	Y1 = mempertinggi efektifitas
	Y2 = menjawab kebutuhan informasi
	Y3 = meningkatkan kinerja
	Y4 = meningkatkan efisiensi
Variabel Laten	Dimensi Konstruk
SP	Y5 = rasa menerima
	Y6 = rasa penolakan
	Y7 = perasaan (afektif)
PP	Y8 = <i>software</i> pendukung
	Y9 = motivasi penggunaan
	Y10 = memotivasi pengguna lain
KP	Y11 = <i>Actual Usage</i>
	Y12 = Frekuensi
	Y13 = Kepuasan

Dari lima konstruk yang diajukan maka didapatkan persamaan struktural yang akan membentuk model penelitian:

$$PM = \gamma_{11}PKP + \zeta_1 \quad (1)$$

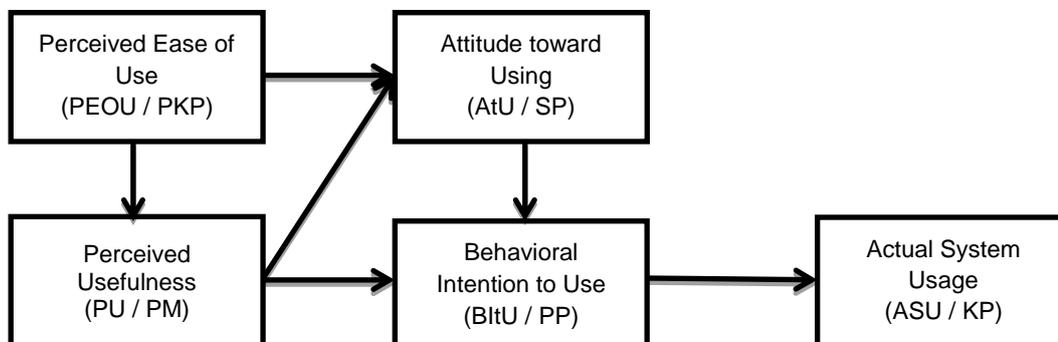
$$SP = \gamma_{21}PKP + \beta_{21}PM + \zeta_2 \quad (2)$$

$$PP = \beta_{32}SP + \beta_{31}PM + \zeta_3 \quad (3)$$

$$KP = \beta_{43}PP + \zeta_4 \quad (4)$$

Pengolahan dan analisa data dilakukan dengan teknik multivariat *Structrual EquationModel* (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak AMOS v.18 for windows dengan tahapan berikut:

Dengan model yang dikembangkan mengadopsi metode TAM yang telah dikenalkan oleh Davis pada 1998 yang digambarkan sebagai berikut :

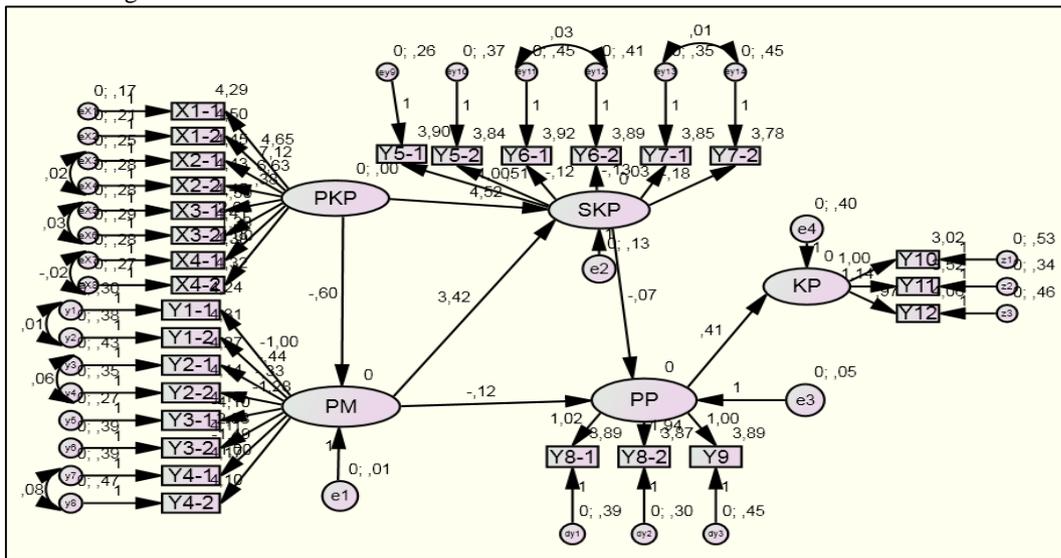


**IV.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jumlah UKM yang tercatat di wilayah yang diteliti diperoleh hasil sementara bahwa terdapat sebanyak 7.484 unit usaha kecil dan 1.794 unit usaha menengah. Berdasarkan data yang telah diperoleh, dari sejumlah 9.478 unit usaha di Kota Palembang, hanya terdapat sebanyak 3.340 unit usaha yang sesuai dengan kriteria memiliki produk unggulan daerah. Sedangkan untuk wilayah Kota Prabumulih dan Kabupaten Banyuasin terdapat sejumlah 2.850 Unit usaha dengan produk unggulan daerah.

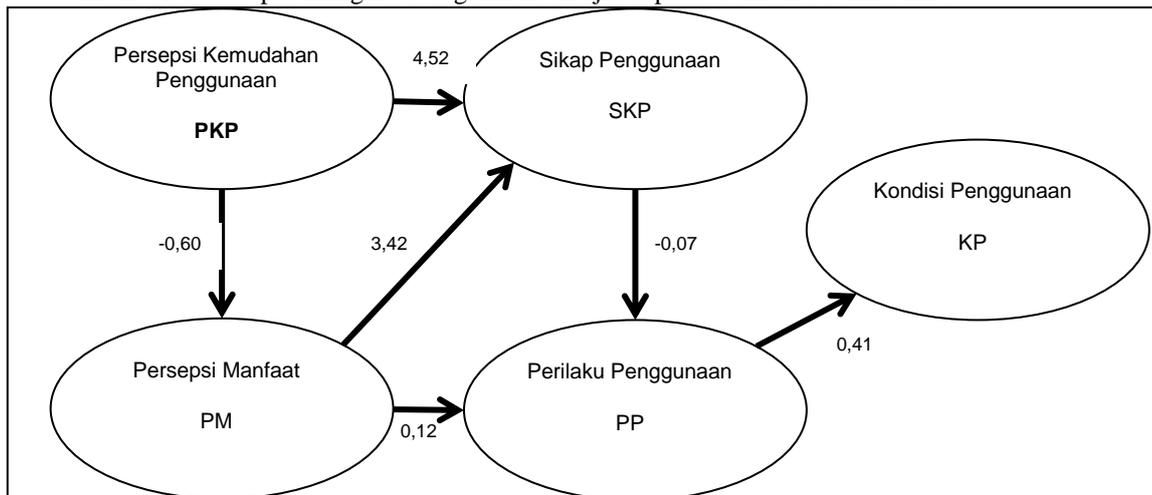
Berdasarkan data yang diperoleh melalui responden sebanyak 475 (77%) unit kuesioner yang dikembalikan, maka konstruk yang telah disusun dapat dianalisa dengan pembahasan interpretasi sebagaimana langkah-langkah yang telah disusun. Dari kelima variabel laten yang digunakan dalam penelitian ini, akan diuji unidimensionalitasnya untuk masing-masing variabel laten agar diketahui validitas, reliabilitas, serta kontribusi variabel indikator pada susunan variabel laten.

Proses uji unidimensionalitas ini menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA), yang meliputi analisis *goodness of fit* dan analisis korelasional antar variabel indikator konstruk secara parsial dengan hasilnya hanya variabel kondisi penggunaan yang dinyatakan fit, sedangkan keempat variabel lainnya tidak dinyatakan fit sehingga diperlukan modifikasi dan respesifikasi dengan membuat korelasional antar residual variabel indikator.



**Gambar 2.**  
**CFA dengan kondisi fit dan koefisien TAM pemanfaatan internet bagi UKM Sumatera Selatan**

Hasil tersebut dapat diringkas sebagaimana disajikan pada Gambar 3 berikut ini :



**Gambar 3.**  
**Koefisien TAM pemanfaatan internet bagi UKM Sumatera Selatan**

Adanya hasil tersebut, berdasarkan pada jumlah hubungan antar variabel independen dan dependen yang ada pada model structural sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis, maka dapat dilihat pada kolom p (*probability*) dari tabel 2. Dimana kondisinya yaitu :

- Jika  $p > 0,05$  maka hipotesis-0 ditolak yang berarti tidak ada hubungan;
- Jika  $p < 0,05$  maka hipotesis-0 diterima yang berarti terdapat hubungan.

**Tabel 2.**

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Hubungan	Koefisien Regresi	p	Sig.	Keputusan
H <sub>1</sub>	PM < - - PKP	-0,655	0,512	p > 0,05	Ditolak
H <sub>2</sub>	SKP < - - PKP	0,779	0,436	p > 0,05	Ditolak
H <sub>3</sub>	SKP < - - PM	1,123	0,261	p > 0,05	Ditolak
H <sub>4</sub>	PP < - - SKP	-0,718	0,473	p > 0,05	Ditolak
H <sub>5</sub>	PP < - - PM	-0,221	0,825	p > 0,05	Ditolak
H <sub>6</sub>	KP < - - PP	1,176	0,240	p > 0,05	Ditolak

Sumber : Hasil pengolahan data primer yang diringkas.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelaku UKM wilayah Sumatera Selatan masih belum memiliki intensitas yang tinggi terhadap penggunaan internet sebagai media yang dapat memberikan dukungan pada peningkatan kinerja usahanya. Program yang diselenggarakan pemerintah ataupun lembaga non pemerintah yang berkaitan dengan pemanfaatan internet sebagai pendukung peningkatan usaha, belum dapat sepenuhnya diwujudkan bagi pelaku UKM Sumatera Selatan.

Berdasarkan data sekunder yang diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku UKM dan mengajukan beberapa pertanyaan yang sama, diperoleh fakta bahwa sebagian besar dari pengusaha tersebut belum memiliki kecukupan pengetahuan dan pemahaman tentang peranan internet bagi pengembangan usaha ataupun peningkatan kinerja. Untuk dapat mengetahui lebih jauh manfaat internet bagi peningkatan kinerja UKM, perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan melibatkan proses pemahaman manfaat Internet bagi pengembangan UKM. Sehingga model yang diajukan dalam penelitian akan memuat modifikasi dengan penyesuaian pada teori dasar sebagaimana yang diajukan oleh Davis (1989).

## SIMPULAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) di wilayah Sumatera Selatan, baik dari sector industry maupun jasa memiliki peranan yang cukup penting dalam menggerakkan roda perekonomian. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah UKM yang cukup besar di 3 (tiga) kota dan kabupaten yang diteliti yakni sebanyak lebih dari 5000 unit UKM untuk produk unggulan daerah. Pembinaan yang berkesinambungan dengan program-program yang tepat guna, dan juga penyediaan infrastruktur yang baik akan mendorong pertumbuhannya.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelaku UKM wilayah Sumatera Selatan, masih belum memanfaatkan internet sebagai media yang dapat meningkatkan kinerja dan pengembangan usaha. Sebagian besar pelaku UKM Sumatera Selatan, mengeluhkan sulitnya akses internet bagi mereka. Sehingga kebutuhan informasi untuk pengembangan usaha dan juga pemanfaatan internet sebagai penambah daya saing menjadi terhambat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief Wibowo, 2008, Jurnal : Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan TAM, UBL
- BPS, 2012, Data Strategis BPS Katalog BPS : 1103003, CV. Nasional Indah.
- Davis, FD, 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology : MIS Quarterly : 73(3), 319-340.
- Irena Anggita, dkk, Desember 2010, Jurnal Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia, halaman : 380-389.
- Kementerian Sekretariat Negara RI., 29 Oktober 2012, Undang-undang RI No. 17 Tahun 2012, Tentang Perkoperasian.
- M. Suyanto, 2005, Artikel : Aplikasi IT untuk UKM Menghadapi Persaingan Global, Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta.
- Tulus Tambunan, 2002, Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Jakarta : Salemba Empat.
- Tumar Sumiharjo, 2008, Daya Saing Berbasis Potensi Daerah, Bandung : Puskomedia.