

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM atau usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu pelaku ekonomi yang menjadi bagian penting dalam menggerakkan roda perekonomian di Negara berkembang termasuk di Negara Indonesia sendiri. UMKM juga di sebut sebagai sektor yang mampu menopang perekonomian nasional karena di percaya mampu bertahan dari tempaan krisis. Lebih dari itu, keberadaan UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Sektor ini mampu menyediakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sehingga mampu mengurangi angka pengangguran.

Terbukti saat krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998, hanya sector UMKM yang bertahan dari koplasnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Krisis ini telah mengakibatkan kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Usaha besar satu persatu pailit karena bahan baku impor ,meningkat secara drastis, biaya cicilan utang meningkat sebagai akibat dari nilai tukar rupiah terhadap dollar yang menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan yang ikut terpuruk memperparah sektor industry dari sisi permodalan. Banyak perusahaan yang tidak mampu lagi meneruskan usaha karena tingkat bunga yang tinggi. Berbeda dengan UMKM yang sebagian besar tetap bertahan, bahkan cenderung bertambah. (Departemen Koperasi, 2008).

Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang di lakukan oleh UMKM ini bukan berarti tanpa kendala salah satu kendala yang sering di hadapi dalam mengembangkan UMKM ini adalah jaringan usaha. Lemahnya akses informasi pasar serta belum optimalnya produk UMKM. Jaringan usaha melibatkan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang di lakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka menciptakan efesiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang dalam pasar sasaran. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang di capai oleh perusahaan sendiri (Kotler dan Amstrong, 2008:41).

UMKM sebagai bagian dari bentuk usaha di Indonesia seharusnya memanfaatkan teknologi informasi demi kemajuan usahanya. Masalah utama perkembangan bisnis

pengolahan (manufaktur) di Indonesia saat ini adalah kesulitan dalam pemasaran. Ada dua tantangan utama bagi pengusaha Indonesia dalam perdagangan internasional saat ini yaitu, akses pasar dan peningkatan daya saing (Soesastro, 2006). Penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk UKM adalah salah satu usaha untuk memperluas akses pasar produk tersebut. Kemajuan teknologi akan membantu manusia dalam menjalani kehidupan dimana melakukan pekerjaan dan lain-lain. Perkembangan teknologi informasi yang sangat masif dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak transformational pada berbagai aspek kehidupan, termasuk didalamnya dunia bisnis, setelah berlalunya era *'total quality'* dan *'reengineering'*, kini saatnya *'era elektronik'* yang ditandai dengan menjamurnya istilah-istilah e-busines, e-economy, e-university, *e-goverment*, *e-entertainment*, *e-service* dan masih banyak istilah sejenis. Salah satu konsep yang dinilai merupakan paradigma bisnis baru adalah *e-busines* atau dikenal pula dengan istilah *E-Commerce* sebagai bidang kajian yang relatif masih baru dan akan terus berkembang, e-busines berdampak besar pada praktek bisnis, setidaknya dalam hal penyempurnaan direct marketing, transformasi organisasi, redefinisi organisasi.

Di era globalisasi saat ini para pengelola UMKM juga harus dituntut untuk terbuka terhadap teknologi memanfaatkan segala jenis kemudahan akses untuk memasarkan produknya. Untuk melakukan kegiatan usaha dalam hal ini kegiatan usaha kecil dan menengah, akan memanfaatkan penerapan teknologi yaitu dengan internet dalam suatu kegiatan *E-Commerce*. *E-Commerce* yang juga merupakan penerapan dalam teknologi juga mempunyai kelebihan dan keterbatasan. Kelebihan dari *E-Commerce* bagi UMKM adalah (1) memperluas jaringan pemasaran baik di nasional bahkan sampai internasional; (2) mempersingkat atau bahkan menghilangkan saluran distribusi pemasaran; (3) membantu perusahaan skala kecil untuk dapat berkompetensi dengan UMKM yang lain. Sedangkan keterbatasannya adalah (1) belum adanya peraturan pemerintah mengenai transaksi perdagangan melalui *e-commerce*; (2) adanya persepsi bahwa *e-commerce* tidak aman dan mahal, (3) banyak para penjual dan pembeli yang menunggu *e-commerce* hingga keadaan menjadi stabil untuk mereka dapat berpartisipasi.

Perkembangan pesat teknologi e-commerce, dalam pengembangan UMKM mampu membuat masyarakat Indonesia menciptakan kerajinan-kerajinan khas dari setiap daerah untuk bisa dijual dan terlebih untuk bisa bersaing dengan kerajinan negara lain. Seperti yang kita ketahui bahwa Negara Indonesia sendiri adalah salah satu negara multikultur terbesar di dunia, dapat di lihat dari kondisi sosiokultural maupun geografis Indonesia yang begitu kompleks,

beragam dan luas. Bangsa Indonesia yang memiliki aneka ragam corak, bentuk dan sifat kebudayaan daerah yang memiliki berbagai potensi bagi pengembangan nilai-nilai budaya yang beraneka ragam baik jumlahnya maupun keanekaragamannya merupakan sumber kekayaan bangsa. Mulai dari bahasa, kesenian, pakaian adat, rumah adat dan kerajinan daerah.

Indonesia juga memiliki berbagai jenis kain tradisional yang tersebar di berbagai daerah Indonesia, dan kain-kain tersebut termasuk salah satu bagian dari kesenian maupun kerajinan tradisional Indonesia yang beragam. Hampir di setiap daerah di Indonesia telah memiliki kain tenun dengan sejarah, jenis dan ciri khas yang masing-masingnya beragam. Banyak dari masyarakat Indonesia saat ini yang hanya mengetahui kain tradisional batik saja namun kurang mengenal apa itu kain tenun.

NTT (Nusa Tenggara Timur) adalah salah satu provinsi yang juga kaya akan budayanya. Bukan hanya terdapat objek wisata saja, kuliner yang beragam, kesenian yang menarik melainkan juga ada banyak benda seni yang di hasilkan di daerah tersebut. Nusa Tenggara Timur sendiri secara geografis berada di antara Benua Asia dan Benua Australia, serta di antara samudera Indonesia dan laut Flores. Di mana provinsi NTT terdiri dari 21 kabupaten dan 1 kota dengan luas sebesar 4.734.990 ha. Salah satu kebudayaan yang patut di lestarikan oleh masyarakat NTT adalah kain adatnya yang merupakan hasil kerajinan tenun. Jika kebudayaan di hentikan dalam upaya pengembangan dan pengenalan terhadap generasi penerus bangsa, maka peninggalan budaya akan semakin langka, berkurang bahkan akan menghilang di masyarakat karena di pengaruhi oleh era globalisasi. Generasi merupakan sumber daya manusia yang merupakan modal dasar dari kekayaan suatu bangsa. Salah satu kabupaten yang terkenal dengan kerajinan tenunnya adalah Kabupaten Malaka, Desa Weulun.

Desa Weulun merupakan salah satu bagian dari Kabupaten Malaka dengan Kecamatan Wewiku. Kondisi geografis Desa Weulun yang masih terdapat banyak lahan perkebunan membuat masyarakat bekerja sebagai petani. Hasil pertanian yang sering kita jumpai di Desa Weulun adalah pisang, ubi kayu (singkong), dan masih banyak lainnya. Faktor cuaca yang sulit di prediksi membuat hasil panen jadi tidak menentu. Hal ini dapat mempengaruhi kualitas hasil pertanian hingga harga jualnya akan turun. Situasi seperti ini membuat masyarakat sekitar mulai mencari alternatif pendapatan. Usaha tenun mulai di minati karena terus berkembang dan di minati membuat masyarakat memanfaatkan peluang ini untuk menambah penghasilan mereka.

Secara umum menenun dalam masyarakat Desa Weulun adalah suatu kegiatan rutin yang di lakukan oleh feto (perempuan) di daerah tersebut. Menenun selain untuk melestarikan budaya yang ada juga untuk menghasilkan berbagai jenis kain yang indah dengan berbagai motif yang akan di gunakan dalam kegiatan adat yang berlangsung di daerah tersebut. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju kain tenun juga mengalami perubahan dengan berbagai modifikasi dengan tidak meninggalkan ciri khasnya. Jika dulu kain tenun hanya akan di gunakan dalam kegiatan adat sekarang kain tenun juga bisa di gunakan untuk menjahit kemeja, blouse, dress, tas dan aksesoris.

Untuk memenuhi tuntutan ekonomi yang semakin tinggi apalagi di situasi pandemi sekarang masyarakat Desa Weulun banyak yang menjual hasil tenunan mereka baik dalam bentuk kain maupun dalam bentuk yang sudah di modifikasi seperti baju dan tas. Akan tetapi, adakalanya suatu produk lokal dari suatu daerah kurang di kenal akibat permasalahan pemasaran yang kurang memadai serta pasar sarannya tidak jelas. Maka dalam hal ini jaringan dalam usaha ternyata sangat di perlukan. Karena suatu usaha yang memiliki banyak relasi akan lebih mudah dalam memasarkan produknya dan juga harus di dukung oleh peran *E-Commerce* yang akan mempengaruhi pengembangan dari usaha tersebut.

Dengan menggunakan *E-Commerce* memudahkan pelaku bisnis dalam memberikan informasi terkait dengan harga atau melakukan customisasi produk atau jasa yang ditawarkan secara cepat melalui *website*. Penggunaan *E-Commerce* membuat konsumen dapat menghemat waktu, dan membandingkan harga lebih mudah dan fasilitas ini juga di kombinasikan dengan pembayaran yang cepat dan kecepatan pengiriman kepada konsumen. Dengan merancang sebuah sistem yang berbasis web dapat menampilkan seluruh informasi barang , bahan, serta proses pemesanan barang. Dengan demikian penyampaian informasi tentang produk tersebut dapat tersebar secara luas dan cepat melalui jaringan internet. Seperti halnya di Desa Weulun yang memproduksi kain tenun. Akan tetapi, sangat di sayangkan masih banyak orang dari luar Malaka dan NTT umumnya yang tidak mengetahui tentang kain tenun padahal mereka telah menggunakannya. Kain tenunan masyarakat Desa Weulun yang paling khas adalah Tais Bereneke dan Tais Babonat.

Kain tenun menjadi salah satu mata pencaharian warga Desa Weulun sebagai salah satu budaya yang harus di lestarian. Dalam era globalisasi sekarang ini kain tenun mengalami perkembangan yang signifikan. Peningkatan yang signifikan tersebut di sebabkan salah satunya masyarakat mulai terbiasa dengan kain tenun baik di kalangan swasta maupun di

kalangan pemerintah. Seiring perkembangan kain tenun yang semakin pesat dengan banyaknya permintaan kain tenun mengalami beberapa kendala yang menghambat perkembangannya di antaranya modal usaha, sistem *E-Commerce* yang belum dikenal banyak oleh masyarakat, dan tempat pemasarannya yang tidak jelas.

Seperti halnya sektor UKM di Indonesia yang mengalami kendala pemasaran, masyarakat Desa Weulun juga mengalami kendala tersebut di antaranya keterbatasan teknologi, keterbatasan informasi pasar dan kesulitan pemasaran. Hal tersebut menyebabkan penjualannya mengalami kemacetan karena konsumen tidak mengetahui dengan jelas siapa yang menjual, lokasinya di mana dan juga apa motifnya. Sementara, salah satu kunci keberhasilan usaha kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM. Untuk dapat bersaing dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, sektor UKM harus meningkatkan penguasaan pasar. Salah satu solusinya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Sampai sekarang belum ada solusi dari PEMDA untuk masalah tersebut sehingga perkembangan kain tenun di desa weulun tidak mengalami kemajuan Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Jaringan Usaha Dan Pengembangan Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka Dengan Peran *E-Commerce* Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat di ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka?
2. Bagaimanakah pengaruh pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka?
3. Bagaimanakah pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha melalui peran *E-Commerce* sebagai variabel intervening di Desa Weulun Kabupaten Malaka?
4. Bagaimanakah pengaruh pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha melalui peran *E-Commerce* sebagai variabel intervening di Desa Weulun Kabupaten Malaka?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka
2. Untuk menganalisis pengaruh pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka
3. Untuk menganalisis pengaruh jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun melalui peran *E-Commerce* sebagai variabel intervening di Desa Weulun Kabupaten Malaka
4. Untuk menganalisis pengaruh pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun melalui peran *E-Commerce* sebagai variabel intervening di Desa Weulun Kabupaten Malaka

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkan:

1. Manfaat praktis hasil penelitian ini di harapkan dapat membantu pemerintah daerah kabupaten Malaka dalam mengembangkan sektor industry kreatif yaitu kerajinan tenun (*soru*) sebagai salah warisan budaya yang harus tetap di lestarikan agar tidak punah dan di ambil oleh negara lain serta di akui sebagai milik mereka. Serta terus mengadakan pelatihan yang akan meningkatkan ketrampilan serta jumlah penenun dan memberikan bantuan yang dapat menunjang kemajuan usaha tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka.
2. Manfaat teoritis hasil penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan kontribusi tentang keterkaitan antara pengaruh jaringan usaha dan pengembangan produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan tenun di Desa Weulun Kabupaten Malaka