

**PENGUATAN EKONOMI LOKAL MELALUI *E-READINESS*
BERBASIS *ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)***

Muafi
Titik Kusmantini
Hendri Gusaptono
muafipaciran@gmail.com

UPN Veteran Yogyakarta

ABSTRACT

This research aims to test; (1) the influences of organizational eReadiness to success of development, (2) the influences of external eReadiness to success of development, (3) the influences of organizational eReadiness to eCommerce benefit, (4) the influences of external eReadiness to eCommerce benefit, and (5) the influences of succes development to eCommerce benefit. Survey method is applied in this research. The data primary and secondary data. The population is the entire SME (small medium enterprises) in Jarum village, Bayat sub district, Klaten regency in Central Java. The sample quantity is 31 SME (small medium enterprises). The technique of sample drawing used is method of purposive sampling. This research applies statistical technique of Partial Least Square (PLS). The conclusion of all the hypotheses proposed are; (1) there are no influences of organizational eReadiness to success of development, (2) there are influences of external eReadiness to success of development, (3) there are no influences of organizational eReadiness to eCommerce benefit, (4) there are influences of external eReadiness to eCommerce benefit, and (5) there are influences of succes development to eCommerce benefit.

Keywords: organisational eReadiness, external eReadiness, Success of Development, e- Commerce Benefits, OVOP.

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan di sebuah negara salah satunya ditentukan oleh keterpaduan program-program pembangunan yang ada di wilayah-wilayahnya. Melalui keterpaduan tersebut diharapkan akan menghasilkan program-program pembangunan yang saling bersinergi antara satu daerah dengan daerah lain, sehingga pada akhirnya dapat memajukan daerah-daerah tersebut secara paralel dan akan mengurangi kesenjangan antar daerah. Keterpaduan dan kerjasama merupakan kunci keberhasilan dalam

penyelenggaraan pembangunan sebuah negara, meskipun kegiatan pembangunan tersebut akan difokuskan di tingkat lokal ataupun desa (Kurniawan, 2008).

Fenomena perencanaan program pembangunan daerah di wilayah Kecamatan Bayat difokuskan pada program peningkatan kualitas hidup melalui penguatan kemandirian unit usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini sejalan dengan sasaran utama Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat yang dicanangkan pemerintah daerah sejak diberlakukannya UU Nomor 22 tahun 1999 tentang otonomi daerah. Komitmen pemerintahan daerah tingkat II Kabupaten Klaten untuk mengurangi ketergantungan sektor primer (pertanian) sejalan dengan kebijakan pemerintahan Kecamatan Bayat untuk selalu mendorong pertumbuhan sektor industri (sekunder) guna menopang pertumbuhan ekonomi lokal. Di wilayah Kecamatan Bayat terdiri dari 17 desa mempunyai potensi ekonomi yang berbeda-beda. Produk-produk seperti batik tulis, kain tenun lurik ATBM dan keramik gerabah adalah sebagai contoh produk-produk yang dihasilkan Kecamatan Bayat. Produk-produk unggulan tersebut dapat dipertimbangkan sebagai salah satu cara untuk mengimplementasikan OVOP di masing-masing desa yang ada sehingga masing-masing desa akan memiliki produk unggulan. Desa Jarum adalah salah satu desa yang dijadikan sebagai objek riset dalam penelitian ini karena desa tersebut memiliki produk unggulan batik (batik kain dan batik kayu) yang diprediksikan dapat dijadikan sebagai ikon desa Jarum untuk pola OVOP. Menilik pendapat dari Kurniawan (2008) bahwa terdapat sejumlah kunci keberhasilan dari program OVOP, diantaranya: (1) kesadaran masyarakat mengenai OVOP; (2) pemetaan untuk penelusuran mengenai potensi yang ada di di setiap daerah; (3) upaya coba-coba yang berlangsung lama dan berkelanjutan; (4) pencarian nilai tambah tertinggi dari produk; (5) upaya promosi, dan pengembangan pasar dan distribusi yang agresif, dan (6) selalu menumbuhkembangkan ketrampilan spesifik yang dimiliki masyarakat.

Pada tahap awal pemberdayaan kelompok usaha mikro di desa Jarum dilakukan kegiatan pemetaan potensi desa oleh mahasiswa KKN PPM UPNVY dengan peneliti (Nama, Kusmantini dan Muafi, 2010). Hasil pemetaan mengidentifikasi bahwa potensi batik di desa Jarum sangat perlu diberdayakan. Salah satu kaji tindak lanjut dapat melalui praktik bisnis khususnya penjualan langsung via internet (*e-commerce*). Pemberdayaan praktik bisnis berbasis teknologi informasi tersebut diharapkan akan menyelesaikan kendala pemasaran para pengrajin batik yang sulit membangun jejaring kerjasama atau memperluas pasar, baik keluar daerah maupun keluar negeri. Sebagian besar pengrajin masih menjual hasil produksi melalui sistem konsinyasi dengan usaha dagang yang cenderung kurang menguntungkan. Disatu sisi, potensi pasar yang telah berhasil di terobos relatif luas, antara lain Bali, Kalimantan, Jakarta, Solo, Yogyakarta. Bahkan beberapa pengrajin sudah berhasil melakukan ekspor ke Australia dan Singapura. Keberhasilan untuk mempopulerkan produk unggulan dapat dicapai dengan penguasaan praktik bisnis berbasis teknologi informasi (TI). Mengingat sasaran pasar produk

unggulan adalah ke luar negeri, maka aplikasi TI khususnya *e-commerce* sangat dibutuhkan.

Menurut Zhu (2002), kesuksesan bisnis dan perdagangan secara elektronik atau berbasis internet dapat memberikan bukti empiris pada pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian ini mereplikasi model Molla (2004) yang menghasilkan temuan bahwa faktor-faktor *e-readiness* (kesiapan bisnis berbasis internet) yang terdiri dari kesiapan organisasi dan *external e-readiness* diprediksikan akan berpengaruh signifikan pada kesuksesan perusahaan dalam adopsi *e-commerce* dan akhirnya akan berdampak pada manfaat jika menggunakan *e-commerce*. Oleh karena itu, secara umum masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan: "Bagaimana model penguatan ekonomi lokal melalui *e-readiness* berbasis OVOP di Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten?"

RERANGKA TEORITIS

Sarosa (2007) mengatakan bahwa seiring dengan pertumbuhan UKM di Indonesia, UKM dihadapkan pada masalah baru dalam mengelola bisnis mereka khususnya pada penggunaan TI. Mereka sering dihadapkan pada masalah baru dalam mengenalkan teknologi baru pada perusahaannya. Meskipun demikian, mereka tetap ingin mencoba untuk menggunakan TI dalam mendukung bisnisnya. Memang, disadari sepenuhnya bahwa UKM memiliki ciri yang unik dan berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar, khususnya dalam ketersediaan sumber daya (Welsh dan White, 1981). Mereka memiliki keterbatasan modal untuk berinvestasi dalam TI dan terbatasnya pengetahuan internal untuk menangani proses adopsi TI, mengoperasikan TI dan pemeliharaan sumber daya TI (Levy dan Powell, 2005). Keterbatasan sumber daya menjadi vital bagi UKM dalam mempertimbangkan investasi TI (Sarosa, 2007; Gutter dan Saleem, 2005), khususnya dalam hal kompetensi teknologi (Cui, Zhang, Zhang dan Huang, 2008).

Model proses adopsi TI dari Soh dan Markus (1995) menjelaskan tentang tiga tahapan yang saling terkait; (1) proses konversi TI (*the IT conversion process*), mencakup IT expenditure/IT investment dan *IT asset*, (2) proses penggunaan TI (*the IT use process*), mencakup kegiatan *IT asset* dan *IT impact*, (3) proses kompetitif (*the competitive process*) mencakup *IT impact* dan kinerja organisasional. Dalam proses konversi TI akan membutuhkan investasi dan pendanaan yang sangat besar. Perencanaan arsitektur TI yang baik dengan mempertimbangkan kapasitas pendanaan menjadi sangat diperlukan karena akan mempengaruhi aset TI yang dimiliki perusahaan. Dalam tahapan ini lebih difokuskan pada efektivitas dan bukan efisiensi. Selanjutnya, pada proses penggunaan TI akan berkaitan dengan *IT asset* yang akan berpengaruh pada *IT impact*. Dalam penelitian ini belum mengkaji aspek *organisational eReadiness* dan *external eReadiness* sehingga ini merupakan celah bagi peneliti.

Cooper dan Zmud (1990) juga DeLone dan Mclean (1992) meneliti bahwa proses adopsi TI akan mencakup tiga tahap yakni; kesesuaian sumber daya yang dimiliki oleh organisasi untuk membangun infrastruktur TI, selanjutnya sejauhmana aplikasi TI dikembangkan dan diadopsi oleh perusahaan, dan akhirnya bagaimana *IT Value* diciptakan dan direalisasikan. Penelitian Cooper dan Zmud (1990); DeLone dan Mclean (1992) hanya mempertimbangkan indikator kesesuaian sumber daya dan aplikasi TI, padahal dalam penelitian ini akan mempertimbangkan dimensi *organisational eReadiness*, dimana salah satu variabel yang dikaji salah satunya adalah sumber daya, disamping *e-commerce awareness*, kapabilitas SDM, *business resource*, kapabilitas teknologi, komitmen dan tata kelola (*governance*) TI dan *external eReadiness* yang mencakup pemerintah, dorongan pasar dan *supporting industry*.

Riset yang dilakukan Senada/USAID bersama Bappenas di Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah dan DIY menemukan bahwa sekitar 62% dari 1000 peraturan pemerintah berdampak negatif bagi dunia usaha dan masih banyak peraturan pemerintah yang tumpang tindih dan tidak konsisten satu sama lain (Kompas, 18 April 2009). Padahal, Peraturan pemerintah seharusnya juga merupakan faktor kritis yang berdampak pada adopsi TI (Tan dan Ouyang, 2004; Xu, Zhu, dan Gibbs, 2004).

Pada penelitian ini mereplikasi model penelitian yang dihasilkan oleh Molla (2004) yang meneliti kesuksesan organisasi dalam menggunakan TI di negara berkembang lebih dipengaruhi oleh kesiapan organisasi dan kesiapan lingkungan eksternal dalam menggunakan TI. Kesiapan organisasi diukur dari; komitmen organisasi, sumber daya manusia, sumber daya teknologi, sumber daya bisnis dan tata kelola organisasi. Sedangkan kesiapan lingkungan eksternal diukur dari; kesiapan pemerintah, kesiapan pasar, dan kesiapan dukungan industri. Kesuksesan menggunakan TI diukur dari pengembangan untuk sukses, *cost saving*, perbaikan komunikasi, kinerja pasar dan kepuasan secara keseluruhan. Mendasarkan pada tinjauan teori dan hasil riset sebelumnya, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah;

- H₁ : Kesiapan organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce*
- H₂ : Kesiapan lingkungan eksternal berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce*
- H₃ : Kesiapan organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce*
- H₄ : Kesiapan lingkungan eksternal berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce*
- H₅ : Kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce*

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai dan sekaligus menguji hipotesis. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian observasional dan penelitian analitis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara.

Definisi Operasionalisasi Variabel

a. *Organizational E Readiness*

1. Komitmen organisasi; merefleksikan kecukupan sumber daya dan dukungan untuk *e commerce* dari semua sisi organisasi dan khususnya terkait dengan keputusan strategis. Mencakup; komitmen pemilik pada visi (keinginan) untuk memiliki *e-commerce*, kemampuan pemimpin untuk pengelolaan *e commerce* dan dukungan pemimpin/karyawan pada gagasan untuk memiliki *e commerce*.
2. *Human resource*; merujuk pada ketersediaan dan kemampuan mengakses dari karyawan yang didukung dengan pengalaman yang cukup dan exposure untuk informasi dan teknologi komunikasi (ICT) serta keahlian lain (seperti pemasaran, strategi bisnis) tentang *e commerce*. Mencakup; pengetahuan karyawan, kemampuan akses informasi berbasis teknologi dan keahlian pemasaran berbasis teknologi.
3. *Tecnological Resources*; merujuk pada kemampuan menggunakan informasi dan teknologi komunikasi (ICT) dalam organisasi aplikasi sistem informasi yang fleksibel dan pengalaman dalam menggunakan jaringan pada aplikasi bisnisnya. Mencakup; kemampuan menggunakan manajemen informasi berbasis teknologi dan manajemen komunikasi berbasis teknologi (internet).
4. *Business Resources*; luasnya jarak kapabilitas dan banyaknya *intangibile asset* dari organisasi. Mencakup keterbukaan dari komunikasi organisasi, perilaku mencari resiko, hubungan bisnis, dan pendanaan untuk proyek keuangan *e commerce*. Indikatornya; perilaku keterbukaan dengan mitra bisnis dari sumber daya yang dimiliki (bahan baku, proses produksi, layanan), perilaku mencari resiko, dan selalu memperluas hubungan bisnis baru baik untuk pemasaran maupun pendanaan.

b. *External E Readiness*

1. Kesiapan pemerintah; komitmen pemerintah dan legalisasi infrastruktur untuk mempromosikan, mendukung, memfasilitasi dan mengatur *e commerce*.
2. Kesiapan tuntutan pasar; kesiapan mitra bisnis seperti pelanggan, supplier dan intermediasi untuk mengikuti aturan bisnis berbasis teknologi informasi.
3. Kesiapan dukungan industri; merujuk pada keberadaan, pengembangan, tingkatan layanan dan struktur biaya dari pemberian dukungan institusi, seperti telekomunikasi, keuangan, kepercayaan, dan industri IT.

c. Kesuksesan E Commerce

Kesuksesan berkembang yakni persepsian manfaat atas proyek *e commerce* yang mencakup biaya dan waktu. Mencakup; pertimbangan biaya membuat proyek *e commerce* dan pertimbangan waktu membuat proyek *e commerce*

d. Manfaat E Commerce

1. Penghematan Biaya; persepsian tentang penghematan/pengurangan biaya yang berkaitan dengan operasionalisasi perusahaan dan pemasaran.
2. Perbaikan komunikasi; persepsian tentang kesuksesan *e commerce* dari perbaikan internal komunikasi dan komunikasi inter organisasional.
3. Kinerja pasar; perluasan pasar pasar, luasnya layanan, peningkatan loyalitas pelanggan dan perbaikan hubungan pelanggan.

Model Dan Teknik Analisis

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* dengan teknik analisis statistik *Partial Least Square* (PLS) (Ghozali, 2008). Teknik statistik ini digunakan untuk menganalisis keterhubungan antara dimensi internal organisasi dan *external e-readiness* terhadap kesuksesan *e-commerce* dan *e-commerce benefit*.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Kriteria validitas meliputi validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*), sedangkan reliabilitas meliputi *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Berdasarkan kriteria-kriteria yang ada, setiap item kuesioner maupun konstruk yang tidak memenuhi syarat yaitu nilai loading kurang dari 0,70 maka harus dibuang atau di drop terlebih dahulu sebelum memasuki tahap berikutnya dan kemudian dilakukan *re-estimate*. Nilai *loading* masing-masing item kuesioner ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1
Outer Loading dan Cross Loading

Item	Kesiapan Organisasi	Persepsi Kesiapan lingkungan Eksternal	Kesuksesan Mengembangkan e Commerce	Manfaat e Commerce
Kesiapan Organisasi (KO)				
A1	0,674	0,045	0,024	0,149
A2	0,693	0,307	-0,017	0,329
A3	0,799	0,079	0,105	0,142
A4	0,739	0,531	0,295	0,368
A5	0,857	0,332	0,100	0,268

Tabel 1 lanjutan

Item	Kesiapan Organisasi	Persepsi Kesiapan lingkungan Eksternal	Kesuksesan Mengembangkan e Commerce	Manfaat e Commerce
A6	0,828	0,257	0,127	0,147
A7	0,889	0,626	0,278	0,384
A8	0,806	0,627	0,206	0,562
A9	0,702	0,437	0,418	0,452
A10	0,704	0,181	0,192	0,133
Kesiapan Eksternal (KE)				
B1	0,579	0,854	0,765	0,895
B2	0,688	0,823	0,647	0,784
B3	0,731	0,859	0,690	0,757
B4	0,405	0,649	0,258	0,660
B5	-0,032	0,385	0,697	0,700
Kesuksesan (K)				
C1	0,605	1,294	0,900	1,074
C2	0,579	1,331	0,917	1,196
Manfaat e commerce (ME)				
D1	0,239	1,295	1,102	0,585
D2	-0,039	0,165	0,145	0,690
D3	0,066	0,277	0,193	0,420
D4	0,280	0,577	0,324	0,594
D5	-0,175	0,092	0,091	0,335
D6	0,023	0,317	0,167	0,657
D7	0,060	0,281	0,202	0,738
D8	0,984	0,740	0,400	0,719
D9	0,689	0,404	0,395	0,694

Hasil pengolahan data dengan menggunakan PLS yang tampak pada Tabel 2 menghasilkan *outer loading* untuk setiap item dari konstruk kesiapan organisasi, kesiapan eksternal, kesuksesan mengembangkan *e commerce* dan manfaat *e commerce*. Dari *outer loading* tersebut tampak nilai *loading* dari 22 item. Dari hasil tersebut menunjukkan masih ada beberapa item yang mempunyai nilai $< 0,7$, sehingga perlu dilakukan uji signifikansi dari *outer loadings*.

Tabel 2
Loading Factor

Item	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic	Composite Reliability
Kesiapan Organisasi (KO)					
A1	0.674	0.626	0.236	2.855	0,936
A10	0.704	0.681	0.209	3.370	
A2	0.693	0.661	0.209	3.320	
A3	0.799	0.761	0.221	3.613	
A4	0.739	0.733	0.170	4.341	
A5	0.857	0.808	0.215	3.978	
A6	0.828	0.788	0.258	3.215	
A7	0.889	0.838	0.246	3.610	
A8	0.806	0.778	0.170	4.749	
A9	0.702	0.671	0.168	4.183	
Kesiapan eksternal (KE)					
B1	0.854	0.870	0.043	20.017	0,848
B2	0.823	0.821	0.076	10.884	
B3	0.859	0.860	0.059	14.555	
B4	0.649	0.630	0.146	4.446	
B5	0.385	0.388	0.183	2.107	
Kesuksesan (K)					
C1	0.900	0.902	0.034	26.772	0,904
C2	0.917	0.915	0.026	35.813	
Manfaat e commerce (ME)					
D1	0.585	0.568	0.110	5.335	0,841
D2	0.690	0.697	0.099	6.946	
D3	0.420	0.430	0.134	3.138	
D4	0.594	0.576	0.102	5.840	
D5	0.335	0.318	0.268	1.250	
D6	0.657	0.648	0.089	7.368	
D7	0.738	0.732	0.089	8.285	
D8	0.719	0.694	0.103	6.981	
D9	0.694	0.695	0.095	7.286	

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan muatan faktor (*factor loading*) semua item variabel penelitian nilai t hitung (*critical ratio*) lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($1,967 > 1,960$) kecuali untuk indikator D5 pada variabel manfaat *e commerce* sehingga item tersebut dikeluarkan atau tidak dipakai pada model penelitian selanjutnya. Sedangkan indeks reliabilitas yang dapat dilihat dengan nilai dari *composite reliability* mempunyai nilai yang lebih dari 0,8 atau mempunyai tingkat reliabilitas yang baik.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

Deskripsi karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, jenis produk yang dihasilkan dan tingkat kepentingan dalam menggunakan TI (adopsi *e commerce*), diuraikan seperti pada Tabel 3.

Tabel 3
Karakteristik responden

No.	Karakteristik responden	Jumlah	Persentase
1.	Jenis kelamin		
	Laki-laki	23	74,2
	Perempuan	8	25,8
2.	Jenis produk yang dihasilkan		
	Batik kain	19	61,3
	Batik kayu	11	35,5
	Lainnya	1	3,2
3.	Tingkat kepentingan dalam menggunakan <i>e commerce</i>		
	Sangat sangat penting	9	29,0
	Sangat penting	11	35,5
	Penting	9	29,0
	Tidak Penting	2	6,5
	Sangat-Sangat Tidak Penting	0	0,0
	Jumlah responden	31	100

Berdasarkan Tabel 3 dapat dideskripsikan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 23 responden atau sekitar 74,2% dan responden perempuan sebanyak 8 responden atau sekitar 25,8%. Dari data ini menunjukkan bahwa responden pengrajin UKM di Jarum Klaten sebagian besar adalah laki-laki. Hal ini

kemungkinan disebabkan bahwa laki-laki memiliki tanggung jawab besar dalam menghidupi keluarga sehingga ada tuntutan untuk tetap bisa mempertahankan usaha yang telah digelutinya. Sebaliknya, responden perempuan cenderung hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan. Selanjutnya sebagian besar responden menghasilkan produk batik kain yaitu sebanyak 19 responden atau sekitar 61,3%. Ternyata pengrajin di desa Jarum lebih menyukai untuk menghasilkan batik kain, selain batik kayu, kerupuk rambak, pahat batu, dan genteng.

Sebagian pengrajin di Jarum sudah cukup maju, karena sebagian pengrajin sudah mampu bekerjasama dengan butik-butik batik di Jogjakarta seperti Mirota, Taruntum dan lainnya. Pangsa pasarnya juga sudah relative luas yaitu ke daerah Jakarta, Yogyakarta, Bali, Medan dan bahkan ada beberapa pengrajin yang sudah mampu menerobos pangsa pasar Internasional (Amerika Serikat, Singapura dan Australia). Beberapa pengrajin yang sukses tersebut rata-rata mampu memproduksi produk kain atau baju batik 5-12 kodi perhari dan telah mempekerjakan karyawan kurang dari 200 karyawan. Demikian juga responden dalam penelitian ini sebagian besar merasa bahwa penting dalam menggunakan *e commerce*.

Pengujian Hipotesis

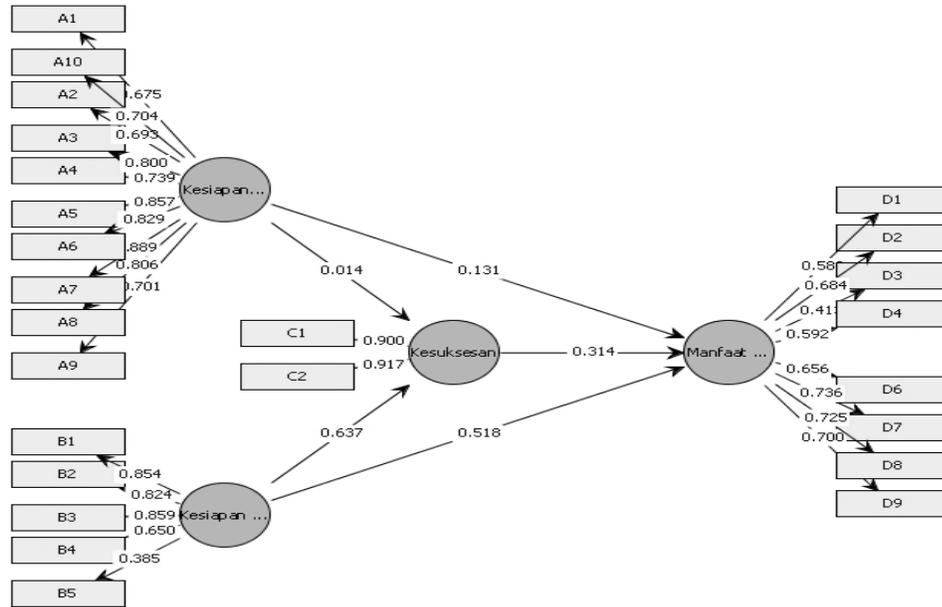
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji ada tidaknya pengaruh masing – masing variabel kesiapan organisasi, persepsi terhadap kesiapan lingkungan eksternal, kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* dan manfaat jika menggunakan *e commerce*. Adapun hasil pengujian hipotesis hubungan antar variable dapat dilihat pada Tabel 4. dan Gambar 1

Tabel 4
Koefisien Jalur Kesiapan Internal Organisasi, Kesiapan Lingkungan Eksternal, Kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* dan Manfaat *e commerce*

Jalur	Original sampel estimate	Mean of sub samples	Standard deviation	t-statistic
H ₁ : KO → K	0,014	0,089	0,144	0,098
H ₂ : KE → K	0,637	0,615	0,098	6,529*
H ₃ : KO → ME	0,122	0,119	0,187	0,650
H ₄ : KE → ME	0,520	0,530	0,094	5,550*
H ₅ : K → ME	0,316	0,300	0,102	3,101*

Sumber : Data Primer Diolah, 2009

Keterangan : * : signifikan 5%



Gambar 1
Hasil Analisis Jalur pola hubungan antar variabel

Berdasarkan penjelasan yang ada maka dapat diringkas kesimpulan hasil penelitian seperti pada Tabel 5.

Tabel 5
Hipotesis Penelitian dan Hasil Pengujian

Hipotesis	Hasil Pengujian Hipotesis
H ₁ : Kesiapan organisasi (KO) berpengaruh terhadap kesuksesan jika mengembangkan <i>e commerce</i> (K)	Ditolak
H ₂ : Kesiapan lingkungan eksternal (KE) berpengaruh terhadap kesuksesan jika mengembangkan <i>e commerce</i> (K)	Diterima
H ₃ : Kesiapan organisasi (KO) berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan <i>e commerce</i> (ME)	Ditolak

Tabel 5 lanjutan

Hipotesis	Hasil Pengujian Hipotesis
H ₄ : Kesiapan eksternal (KE) berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan <i>e commerce</i> (ME)	Diterima
H ₅ : Kesuksesan jika mengembangkan <i>e commerce</i> (K) berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan <i>e commerce</i> (ME)	Diterima

Pembahasan

Beberapa kajian baik secara empiris maupun teoritis telah banyak menjelaskan bahwa UKM memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kekuatan ekonomi suatu negara (Levy dan Powell, 2005; Sadowski, Maitland dan Dongen, 2002; Zulkieflimansyah dan Muhammad, 2003; Sarosa, 2007). Semakin besar kontribusi UKM terhadap perekonomian semakin kuat ekonomi suatu negara. Di Indonesia, UKM dikenal sebagai salah satu penopang ekonomi saat krisis tahun 1997 (Sarosa, 2007). Penjelasan ini sekaligus mempertegas bahwa peran UKM sangat penting dalam menguatkan potensi ekonomi lokal, apalagi jika UKM tersebut telah memiliki produk unggulan yang sudah dikenal baik ditingkat lokal, regional maupun internasional. Kesemuanya ini dapat ditunjang salah satunya melalui kesiapan UKM dalam mengadopsi Teknologi Informasi seperti penggunaan *e commerce*. Seperti diketahui bahwa E-Commerce adalah bagian dari ebusiness karena adanya penggunaan teknologi informasi berupa internet dan jaringan komputer lainnya untuk menjalankan proses bisnis utama berupa pembelian dan penjualan. Manfaat e Commerce juga sangat banyak diantaranya; *sumber pendapatan* baru, peluang pasar, melebarkan jangkauan, dapat menurunkan biaya, memperpendek waktu *product cycle*, meningkatkan *customer loyalty* dan meningkatkan *nilai tambah*.

Pengaruh Kesiapan Organisasi Terhadap Kesuksesan jika mengembangkan *e commerce*

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kesiapan organisasi terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* diperoleh angka t statistik sebesar $0,098 < 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesiapan organisasi tidak berpengaruh terhadap variabel kesuksesan jika ingin mengembangkan *e commerce* (hipotesis 1 **tidak terbukti**). Hal ini tidak mendukung temuan yang dilakukan oleh Molla (2004) yang menunjukkan bahwa kesiapan organisasi memberikan pengaruh terhadap kesuksesan *e-commerce*. Kondisi ini bisa terjadi dikarenakan responden merasa akan memerlukan waktu yang cukup lama untuk pengembangan bisnis berbasis *ecommerce*. Responden juga sangat mempertimbangkan biaya operasional jika berbisnis menggunakan *e commerce*. Mereka berpersepsi bahwa waktu yang digunakan untuk mengembangkan *e commerce* sangat lama dan memerlukan biaya investasi yang sangat mahal.

Pengaruh Kesiapan Lingkungan Eksternal Terhadap Kesuksesan jika Mengembangkan *e Commerce*

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kesiapan lingkungan eksternal terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* diperoleh angka t statistik sebesar $6,529 > 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesiapan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap variabel kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* (hipotesis 2 **terbukti**). Hal ini mendukung temuan yang dilakukan oleh Molla (2004) yang menunjukkan bahwa kesiapan lingkungan eksternal memberikan pengaruh terhadap kesuksesan mengembangkan *e-commerce*. Riset yang dilakukan Senada/USAID bersama Bappenas di Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah dan DIY menemukan bahwa sekitar 62% dari 1000 peraturan pemerintah berdampak negatif bagi dunia usaha dan masih banyak peraturan pemerintah yang tumpang tindih dan tidak konsisten satu sama lain (Kompas, 18 April 2009).

Kondisi semacam ini menimbulkan biaya ekonomi tinggi dan menurunkan daya saing produk. Beberapa alasan ini yang menjadi dasar kegagalan proses adopsi TI. Padahal, kegagalan untuk mengatasi masalah TI dapat mempengaruhi kinerja organisasional perusahaan dalam jangka panjang (Sarosa, 2007). Untuk itu responden sebagian besar berpersepsi bahwa peran pemerintah sangat mendukung iklim bisnis dan lingkungan industri untuk mengadopsi *e commerce*.

Pengaruh Kesiapan Organisasi Terhadap Manfaat jika menggunakan *E commerce*

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kesiapan organisasi terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* diperoleh angka $0,650 < 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesiapan organisasi tidak berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* (hipotesis 3 **ditolak**). Responden memiliki keinginan untuk mengembangkan perusahaan. Hanya sayangnya mereka menyadari sepenuhnya masih belum memiliki kesiapan internal dalam hal sumber daya manusia, sumber daya bisnis, teknologi, komitmen dan tata kelola organisasi secara baik.

Pengaruh Kesiapan Lingkungan Eksternal Terhadap Manfaat jika menggunakan *E commerce*

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kesiapan lingkungan eksternal terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* diperoleh angka $5,550 > 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesiapan eksternal berpengaruh terhadap variabel manfaat jika menggunakan *e commerce* (hipotesis 4 **terbukti**). Ini dikarenakan bahwa secara umum sebenarnya sebagian responden merasa pemerintah telah memfasilitasi penggunaan teknologi informasi untuk berbisnis meskipun belum dirasakan maksimal. Kadangkala peraturan pemerintah masih dirasakan tumpang tindih dan tidak konsisten satu sama lain.

Pengaruh Kesuksesan jika mengembangkan *ecommerce* Terhadap Manfaat *e commerce*

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis variabel kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* diperoleh angka $3,101 > 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* berpengaruh terhadap variabel manfaat *e commerce* (hipotesis 5 **terbukti**). Hal ini mendukung temuan yang dilakukan oleh Molla (2004) yang menunjukkan bahwa kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* memberikan pengaruh terhadap manfaat jika menggunakan *e-commerce*. Responden meyakini bahwa dengan mengembangkan *e commerce* maka akan berdampak pada manfaat yang akan diperoleh seperti efisiensi perusahaan yang menggunakan *e commerce*, kemudahan komunikasi pada perusahaan yang menggunakan *e commerce*, kemudahan pembayaran pada perusahaan yang menggunakan *e commerce*, kelancaran komunikasi karyawan dengan perusahaan, kelancaran komunikasi karyawan dengan mitra bisnis, perluasan pangsa pasar dengan menggunakan *e commerce*, kemudahan layanan terhadap mitra bisnis, kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang menggunakan *e commerce* dan hubungan pelanggan dengan perusahaan yang menggunakan *e commerce*

SIMPULAN

(1). Berdasarkan hasil deskripsi, ternyata mayoritas pengrajin berjenis kelamin laki-laki, lebih menyukai untuk menghasilkan produk batik kain, berpersepsi sangat penting jika dalam menjalankan bisnisnya dengan menggunakan *e commerce*, responden selalu berupaya memperluas jaringan bisnis untuk memasarkan produk dan pendanaan, responden merasa pemerintah telah cukup memfasilitasi pada penggunaan teknologi informasi untuk berbisnis meskipun belum maksimal, responden merasa akan memerlukan waktu yang cukup lama untuk pengembangan bisnis berbasis *ecommerce*, responden mempertimbangkan biaya operasional jika berbisnis menggunakan *e commerce*, dan responden merasa adanya kemudahan komunikasi dengan mitra bisnis jika perusahaan menggunakan *e commerce* serta adanya pangsa pasar yang akan semakin luas. (2). Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa kesiapan organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* (H1 ditolak), kesiapan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kesuksesan jika mengembangkan *e commerce* (H2 diterima), kesiapan organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* (H3 ditolak), kesiapan eksternal berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* (H4 diterima), dan Kesiapan berpengaruh terhadap manfaat jika menggunakan *e commerce* (H5 diterima).

Berdasarkan simpulan yang ada, maka saran yang bisa direkomendasikan adalah;

(1). Perlunya melakukan sosialisasi dan pendampingan secara intensif dalam adopsi teknologi informasi khususnya tentang *e commerce* kepada para pengrajin di Jarum Klaten Jawa Tengah. (2). Perlunya peran pemerintah daerah setempat untuk memfasilitasi pengrajin dalam adopsi *e commerce* dan penjualan produk unggulan seperti mengadakan pameran secara rutin untuk mempromosikan produk-produk unggulan daerah, memiliki gerai/outlet tetap, bantuan biaya untuk pendampingan IT, pemberdayaan masyarakat setempat dengan memberikan ketrampilan *life skills* sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Pemerintah daerah setempat juga bisa memiliki berbagai cara untuk mengatur dan mempromosikan perusahaan yang menggunakan TI dengan menyediakan pendanaan bagi perusahaan yang mengadopsi TI, mendorong *online* pembayaran pajak dan sistem informasi, menegakkan aturan atau hukum yang bisa mempengaruhi penggunaan dan keamanan bagi perusahaan yang menggunakan TI, menetapkan standar software TI dan mempromosikan kerangka evaluasi TI. (3). Perlunya kesiapan pengrajin dalam menjalankan bisnis dengan memperkuat kesiapan internal organisasi seperti kesadaran yang tinggi akan kesuksesan mengembangkan *e commerce* dan manfaat *e commerce*, ketrampilan SDM, sumber daya teknologi, komitmen yang tinggi dan tata kelola organisasi secara baik. (4). Pemerintah perlu menciptakan iklim bisnis yang kondusif agar tercapai keharmonisan dan dukungan yang positif dari industri sejenis dan industri lain yang saling bisa bersinergi sehingga semakin bisa memperkuat potensi ekonomi lokal dan pasar tenaga kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, R. B., & Zmud, R. W. (1990). Information technology implementation research: A technological diffusion approach. *Management Science*, 36, 123-139.
- Cui, L., Zhang, C., Zhang, C., & Huang, L. (2008). Exploring IT Adoption Process in Shanghai Firms: An Empirical Study, *Journal of Global Information Management*, Vol. 16 (1), April, p. 1-17.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information system success: The quest for the dependant variable. *Information Systems Research*, 3, 60-95.
- Ghozali, I (2008), Structural Equation Modeling. Metode Alternatif dengan Partial Least Square. PLS edisi 2, BP Undip Semarang.
- Gutter, M.S & Saleem, T. (2005). Financial Vulnerability of Small Business Owner, *Financial Services Review*, 14 (2), p. 133-147.
- Kompas (2009), 18 April.

- Kurniawan (2008), Perspektif Kelembagaan dalam Strategi Pengembangan Wilayah di Indonesia, Seminar SEBUMI, 24-25 Juni
- Levy, M., & Powell, P. (2005). *Strategies for Growth in SMEs; The Role of Information and Information System*, Elsevier Butterworth and Heinemann, Amsterdam.
- Molla (2004), The Impact of eReadiness on eCommerce Success in Developing Countries: Firm-Level Evidence, Working Paper, Institute for Development Policy and Management, UK
- Nama, K., Kusmantini, T., & Muafi (2010), Pembelajaran Pemberdayaan Usaha Mikro Oleh Mahasiswa KKN: Pola Pemberdayaan One Village One Product (OVOP), Prosiding Seminar Nasional VI, UTY, Buku 8, Juni, hal. 111-127.
- Sadowski, B.M., Maitland, C & Dongen, J.v. (2002). Strategic Use of the Internet By Small and Medium sized company; An Exploratory Study, *Information Economic and Policy*, 14 (1), p. 75-93
- Sarosa, S. (2007), The Information Technology Adoption Process within Indonesian Small and Medium Enterprises, University of Technology Sydney, Faculty of Information Technology, Thesis, p.1-236.
- Soh, C., & Markus, M. L. (1995). How IT creates business value: A process theory synthesis. In J. I. DeGross, G. A., C. Beath, R. Hoyer, & C. Kemerer (Eds.), *Proceedings of the 16th International Conference on Information Systems*, p.29-41.
- Tan, Z., & Ouyang, W. (2004). Diffusion and impacts of the Internet and e-commerce in China. *Electronic Markets*, 14, 25-35.
- Welsh, J.A., & White, J.F. (1981). A small business is not a little big business, *Harvard Business Review*, 59 (4), p. 18-32.
- Xu, S., Zhu, K., & Gibbs, J. (2004). Global technology, local adoption: A cross-country investigation of Internet adoption by companies in the United States and China. *Electronic Markets*, 14, 13-24.
- Zhu (2002) "A cross-country study of electronic business- adoption using the technology –organization-environment framework" center for research on information technology and organization (CRITO); 2002; pp, 337-348

Zulkieflimansyah dan B. Muhammad H., (2003), Refleksi dinamika Inovasi Teknologi UKM di Indonesia: Studi Kasus Industri Logam dan Permesinan, Usahawan, no. 07/XXXIII, Agustus, hal. 11- 18.