

Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis di Kota Bandung: Studi Kasus Pengusaha Mikro

Sony Susanto

STMIK-IM, Indonesia

Sony462001@Yahoo.com

Informasi Artikel

Kata Kunci:

Teknologi Informasi, Wirausaha
Berskala Mikro, Bisnis.

Histori Artikel:

Disubmit 16 Maret 2023

Direvisi 27 April 2023

Diterima 6 Juni 2023

Tersedia daring 31 Juli 2023

Sitasi:

S. Susanto, "Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis di Kota Bandung: Studi Kasus Pengusaha Mikro," Pros. Semnastek Univ. Suryakancana, vol. 1, no. 1, 2023

* Penulis Korespondensi. Sony
Susanto sony462001@Yahoo.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara bisnis dijalankan di era digital saat ini. Teknologi informasi kini memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Dalam hal ini, pengambil keputusan manajemen dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk mendorong pertumbuhan bisnis mereka. Oleh karena itu, sebuah penelitian dilakukan untuk menganalisis peran teknologi informasi dalam memajukan bisnis di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif studi kasus dengan melibatkan dua orang pengusaha mikro sebagai subjek penelitian. Wawancara langsung dilakukan untuk mendapatkan deskripsi yang lebih jelas mengenai penggunaan teknologi informasi dalam bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi memainkan peran penting dalam membantu pengusaha mikro meningkatkan penjualan dan pangsa pasar mereka. Meskipun teknologi informasi memberikan banyak manfaat yang signifikan, namun informan tetap menghadapi beberapa tantangan dalam penggunaannya. Tantangan utama yang dihadapi oleh pengusaha mikro dalam menggunakan teknologi informasi adalah masalah keamanan sistem. Oleh karena itu, para pengusaha disarankan untuk lebih berhati-hati dalam penggunaannya. Selain itu, pengusaha juga disarankan untuk menggunakan jaringan internet yang stabil di tokonya agar dapat memaksimalkan manfaat teknologi informasi untuk bisnis mereka. Dalam kesimpulannya, teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan bisnis di Kota Bandung. Para pengusaha mikro harus menggunakan teknologi informasi dengan hati-hati dan memperhatikan kelemahan sistem keamanannya. Dengan menggunakan teknologi informasi yang tepat, pengusaha mikro dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar mereka dengan lebih efektif.

1. Pendahuluan

1.1. Latar belakang

Dalam beberapa waktu terakhir, teknologi informasi telah dianggap sangat penting karena hampir semua organisasi modern menggunakannya dalam operasinya. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kompleksitas manajemen, dampak globalisasi ekonomi, kebutuhan akan respons cepat dan akurat, serta persaingan bisnis yang ketat [1]. Teknologi informasi bermanfaat jika implementasinya didasarkan pada tujuan, visi, dan misi bisnis yang dibangun ke dalam strategi sistem informasi perusahaan [2].

Teknologi informasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis. Para pengambil keputusan pada level manajemen memanfaatkan teknologi informasi berbasis internet untuk mengembangkan bisnis mereka dan membentuk tim yang solid. Kolaborasi di antara tim memberikan banyak manfaat dalam mencapai tujuan bisnis. Keberhasilan sebuah bisnis sangat ditentukan oleh penggunaan yang tepat dari teknologi informasi [3].

Jika sebuah perusahaan di era digital ini tidak memanfaatkan teknologi informasi, maka akan tertinggal dari pesaing-pesaing paling inovatif. Berdasarkan hal ini, teknologi menjadi suatu keharusan untuk pengembangan dan pertumbuhan bisnis di berbagai bidang [4].

Teknologi dan bisnis saling melengkapi. Dari fungsinya, teknologi informasi memiliki solusi untuk kinerja perusahaan, efisiensi kerja perusahaan, dan kemampuan untuk menyediakan informasi yang berguna untuk pengembangan bisnis. Teknologi informasi digunakan oleh berbagai bidang dan salah satunya adalah sektor bisnis. Proses bisnis di perusahaan menggunakan banyak teknologi informasi. Keberadaan teknologi informasi di perusahaan dapat membuka akses untuk penyebaran informasi dengan lebih mudah dan cepat, serta meningkatkan efisiensi kerja dalam proses bisnis [5].

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) bertujuan untuk mempromosikan kesetaraan gender antara pria dan wanita serta membantu mereka mencapai tujuan mereka. Persaingan usaha yang sedang berlangsung saat ini dimaksudkan untuk diterapkan dengan cara yang lebih kreatif, dengan melibatkan pengembangan strategi untuk mencapai efisiensi beban kerja yang lebih baik dan memaksimalkan keuntungan. Teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegunaan dan jangkauan di pasar konsumen dan pemasok. Meningkatkan optimalisasi hubungan antara informasi dan teknologi untuk meraih kesuksesan bisnis adalah kunci untuk mencapai tujuan tersebut [6].

Pemanfaatan teknologi informasi tersedia bagi UKM untuk menempatkan produknya di pasar global dan regional. Kemampuan bekerja dengan perusahaan yang lebih besar menjadi sumber kepuasan bagi karyawan dan pelanggan. Namun demikian, anggota UKM memiliki jenis keterbatasan yang berbeda dengan modal terbatas, yaitu keterbatasan kemampuan menggunakan teknologi informasi [7].

Penelitian ini menggunakan beberapa pengusaha mikro yang menggunakan teknologi informasi dalam usahanya sebagai objek penelitian. Dua pengusaha mikro perempuan yang menjadi objek penelitian tersebut berdomisili di Bandung dan menggunakan e-commerce melalui marketplace Tokopedia dalam berbisnis.

Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana pengusaha mikro di Kota Bandung memanfaatkan teknologi informasi dalam mengembangkan bisnis mereka dan apa saja tantangan yang dihadapi oleh pengusaha mikro dalam penggunaan teknologi informasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran teknologi informasi dalam memajukan bisnis mikro di Kota Bandung serta mengidentifikasi manfaat dan tantangan penggunaan teknologi informasi dalam bisnis mikro.

1.2. Kajian literatur

1.2.1 Teknologi informasi

Pengertian Teknologi informasi secara umum adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan teknologi apapun yang membantu orang untuk hidup lebih mudah, termasuk modifikasi, pembuatan, penyimpanan, pengiriman dan/atau penyebaran berbagai jenis informasi [8]. Sedangkan [9] mendefinisikan teknologi informasi sebagai seperangkat alat yang dapat membantu manusia dalam memanipulasi informasi dan melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan pemrosesan informasi dari lingkungan eksternal.

Konsep lain tentang teknologi informasi [10] mencakup segala bentuk teknologi yang dapat diterapkan dan digunakan untuk mengirimkan berbagai informasi melalui media elektronik. Menurut [11] teknologi informasi mendefinisikan kombinasi teknologi informasi yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk memproses teknologi informasi dan juga untuk menyimpannya ketika bertukar informasi.

1.2.2 Perniagaan e-lektronik (electronic Commerce)

E-commerce adalah istilah yang populer untuk melakukan bisnis secara elektronik. Menurut Haag, Cummings, dan McCubrey (1998), untuk bisnis, perdagangan elektronik termasuk melakukan transaksi dengan pelanggan melalui Internet untuk tujuan seperti home shopping, home banking, dan penggunaan uang tunai elektronik; melakukan transaksi dengan organisasi lain melalui penggunaan pertukaran data elektronik (EDI); mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan riset pasar konsumen dan pesaing; dan mendistribusikan informasi kepada calon pelanggan melalui iklan interaktif, penjualan, dan upaya pemasaran. Manfaat e-commerce bagi perusahaan termasuk potensi pasar yang lebih luas seperti akses global; penurunan biaya transaksi; peningkatan kecepatan transaksi; peningkatan skala ekonomi; minimalisasi intervensi manusia dalam proses bisnis yang mengurangi biaya; dan akses tanpa batas ke informasi produk kepada pelanggan [12] [13].

Electronic commerce berkembang sebagai hasil dari sinergi antara dua industri, yaitu bisnis dan teknologi informasi. Dalam industri bisnis, e-commerce dipandang sebagai proses jual beli yang didukung secara elektronik [13], sedangkan dalam industri teknologi informasi, e-commerce dipandang sebagai aplikasi bisnis elektronik yang ditujukan untuk sistem transaksi komersial. Secara umum, terdapat empat jenis e-commerce [14], yaitu: Bisnis ke konsumen (B2C), Bisnis ke bisnis (B2B), Konsumen ke bisnis (C2B), dan Konsumen ke konsumen (C2C).

1.2.3 Marketplace pada bisnis

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat menuntut para wirausaha untuk menjadi lebih kreatif dalam mengidentifikasi peluang dan menghadapi tantangan serta ancaman. Bisnis harus terus memperbarui sistem agar lebih mudah digunakan oleh pengguna dan melibatkan konsumen. Media sosial juga banyak digunakan untuk memperkenalkan produk (barang/jasa) kepada konsumen. [15].

Siregar [16] menjelaskan bahwa faktor eksternal mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Faktor-faktor ini dapat memperlambat atau mempercepat bisnis. Salah satu faktor eksternal yang memiliki pengaruh besar adalah teknologi. Penggunaan internet memperluas target pasar. Meningkatnya minat konsumen terhadap internet juga menjadi peluang bagi produsen untuk memasarkan produknya melalui media online.

E-commerce dan marketplace merupakan bisnis yang sangat penting di era digital saat ini. Marketplace memberikan kemudahan bagi produsen dalam menampilkan produk mereka tanpa perlu membangun sistem sendiri. Selain itu, marketplace juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari dan membeli produk dengan mudah dan cepat. Efektivitas sebuah marketplace tergantung pada kemampuannya dalam menyediakan infrastruktur yang memudahkan produsen dan konsumen. Beberapa contoh marketplace yang terkenal dan populer antara lain Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee..

1.2.4 Pertumbuhan bisnis

Indonesia memiliki potensi untuk menjadi bangsa dan negara yang besar. Potensi sumber daya alam, letak geografis, dan peluang lainnya tentu dapat menjadi ancaman atau aset bagi bangsa. Potensi ini harus dimanfaatkan dengan baik agar menjadi aset bangsa Indonesia. Indonesia harus mampu untuk melestarikan sumber daya dan mengembangkan ekonominya secara memadai untuk menghadapi persaingan ekonomi global di era Industri 4.0 ini. Saat ini, segala bidang membutuhkan digitalisasi. Digitalisasi merupakan salah satu ciri perubahan lingkungan di era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan informasi, ketergantungan, dan negara tanpa batas[17].

Prospek bisnis e-Commerce Indonesia (Social Research & Monitoring Soclab.com) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015 adalah 93,4 juta, meningkat dibandingkan tahun 2014 yang sebesar 88,1 juta. Di mana 77 persen dari pengguna internet tersebut menggunakan internet untuk melakukan pembelian secara online, terutama untuk produk bekas. Pada tahun 2016, jumlah orang yang melakukan pembelian online sebanyak 8,7 juta orang dengan nilai transaksi belanja online mencapai \$4,89 miliar [18].

1.2.5 Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan berdekatan dengan istilah wiraswasta, meski terdapat perbedaan. Wiraswasta lebih menitik beratkan pada objek, sedangkan wirausaha lebih menekankan pada jiwa dan ruh, yang kemudian diterapkan pada seluruh aspek kehidupan. Jadi, perbedaan seorang wiraswasta dan wirausaha adalah wirausaha cenderung bermain dengan resiko dan tantangan. Dengan kata lain, pengusaha lebih berperan dengan memanfaatkan peluang tersebut. Pada saat yang sama, wiraswasta lebih cenderung menggunakan modalnya untuk membuka usaha tertentu. Seorang wirausah bisa jadi wiraswatawan, tapi wiraswatawan belum tentu wirausaha [19]. [20] Menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah proses penggunaan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan menemukan cara untuk meningkatkan kehidupan atau usaha. Selain itu, [21] mendefinisikan kewirausahaan sebagai suatu proses di mana seseorang mempertimbangkan peluang tanpa memperhatikan sumber daya yang dimilikinya.

1.2.6 Kewirausahaan sesuai UMKM No. 20 Tahun 2008

Menurut [22] dijelaskan sebagai berikut: Usaha mikro adalah perusahaan produktif yang dimiliki oleh satu orang dan memenuhi kriteria dengan kekayaan bersih kurang dari Rp50 juta atau omzet tahunan kurang dari Rp300 juta. Bisnis kecil adalah usaha produktif yang bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan menengah atau besar dengan aset bersih hingga Rp2,5 miliar dan penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta. Sementara itu, perusahaan menengah adalah kegiatan ekonomi produktif yang dimiliki oleh satu orang atau korporasi yang bukan anak perusahaan atau cabang korporasi yang dimiliki atau dikendalikan oleh perusahaan kecil atau besar, dengan aset bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar atau penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar hingga Rp10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan komersial.

2. Metode Penelitian

Pembahasan berikut membahas metode penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi, termasuk jenis penelitian, lokasi penelitian, prioritas penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis.

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan Metode Deskriptif Analisis dengan pendekatan studi kasus pada pengusaha mikro di Kota Bandung. Menurut [23], pendekatan penelitian untuk menjawab pertanyaan semacam itu lebih didasarkan pada studi kasus. Seperti strategi penelitian lainnya, metode studi kasus adalah cara deskriptif untuk meneliti suatu masalah. Penelitian ini menjelaskan fenomena sosial yang ada dengan mengembangkan konsep dan mengumpulkan fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis. Metode penelitian ini membahas dan menganalisis masalah berdasarkan kondisi nyata di objek penelitian. Informasi yang diperoleh selama penelitian diolah, dianalisis dan selanjutnya disempurnakan berdasarkan teori-teori yang ada dan diteliti. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah deskripsi yang deskriptif atau sistematis, yang realistis secara faktual tentang fakta, karakteristik, dan hubungan fenomena yang diselidiki.

[24] Mendefinisikan metode kualitatif sebagai teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan perilaku manusia yang dapat diamati. Metode kualitatif bertujuan untuk menemukan keunikan individu, kelompok, komunitas, dan/atau organisasi mereka dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dijelaskan secara ilmiah dan mendalam. Melakukan penelitian dengan pendekatan studi kasus adalah penelitian terhadap subjek penelitian (individu, kelompok, lembaga, atau komunitas) untuk suatu fase khusus atau tipikal dari keseluruhan subjek. Selain itu, studi kasus kualitatif juga bermanfaat untuk memahami beberapa fenomena dan teori tambahan sebagai evaluasi empiris. Dalam hal ini, studi kasus digunakan untuk menganalisis peran teknologi informasi dalam memperkuat pengembangan bisnis pada usaha mikro di Kota Bandung.

2.2. Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan meneliti tentang wirausahawan berskala mikro yang memanfaatkan teknologi informasi dalam bisnis e-commerce, khususnya melalui marketplace Tokopedia. Kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena pertumbuhan ekonominya yang pesat serta mayoritas wirausahawan konvensional di Kota Bandung memanfaatkan marketplace Tokopedia dalam pemasaran produknya. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih dua wirausahawan berskala mikro di Kota Bandung sebagai sampel penelitian.

2.3. Fokus Penelitian

Untuk lebih spesifik dalam melakukan penelitian, penulis menetapkan fokus penelitian pada analisis peran teknologi informasi dalam meningkatkan perkembangan bisnis (e-commerce) pada wirausaha berskala mikro di Kota Bandung, khususnya dalam bentuk business to customer melalui platform Tokopedia.

2.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

2.4.1. Sumber Data

Data primer diperoleh dari informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, dalam hal ini adalah jawaban informan terhadap pertanyaan peneliti menggunakan kuesioner. Hal ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian [25] Kedua pengusaha kecil ini juga menjalankan bidang usaha yang berbeda.

2.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tugas yang penting, terutama ketika peneliti menggunakan metode yang belum cukup dikenal untuk memasukkan item-item yang menarik bagi peneliti. Semakin sedikit pengalaman yang dimiliki dalam pengumpulan data, semakin mudah ia terpengaruh oleh urusan pribadinya. Penelitian dapat semakin bias karena informasi yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik untuk pengumpulan data, yaitu:

a) Wawancara (Interview)

Teknik pengumpulan data ini adalah metode survei yang mengkaji pertanyaan secara verbal [25]. Hal ini dilakukan dengan memberikan tanya jawab langsung kepada pengusaha yang menggunakan e-commerce dalam usahanya melalui marketplace Tokopedia. Teknik ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar peran teknologi informasi dalam meningkatkan perkembangan usaha (e-commerce) bagi pemilik usaha kecil di Kota Bandung.

b) Metode observasi (pengamatan)

Selain wawancara, penulis juga melakukan observasi terhadap objek yang dipelajari untuk mengumpulkan informasi yang sangat umum dalam metode penelitian kualitatif. Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan informasi secara langsung dari lapangan [26].

2.5. Instrumen Penelitian

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Peneliti sendiri, Pedoman wawancara, Catatan Lapangan dan Alat tulis menulis.

2.6. Metode Analisis Data

[23] Menyatakan bahwa saat menganalisis data dengan metode studi kasus menggunakan strategi pemasangan model, dimungkinkan untuk membandingkan model berdasarkan data empiris dengan model yang diprediksi. Jika terdapat kesamaan antara kedua model, maka hasilnya dapat memperkuat validitas internal dari studi kasus yang bersangkutan. Berdasarkan teori [23], langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Penelitian kepustakaan disusun sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan sebagai dasar diskusi dan pemecahan masalah.
- b) Mengumpulkan data untuk mendukung penelitian ini, seperti informasi tentang pengusaha mikro yang menggunakan teknologi informasi dalam usahanya di Kota Bandung.
- c) Mengajukan pertanyaan wawancara kepada informan.
- d) Menyusun kuesioner untuk wawancara dengan pemilik usaha kecil yang menggunakan teknologi informasi dalam usahanya.
- e) Menganalisis dan mendiskusikan hasil wawancara, khususnya peran teknologi informasi dalam mendorong perkembangan bisnis pada usaha mikro di Kota Bandung.

2.7. Informan

Informan yang dipilih untuk penelitian ini adalah pemilik usaha kecil di kota Bandung yang menerapkan teknologi informasi dalam usahanya. Pertimbangan utama pemilihan informan utama adalah untuk memilih subjek penelitian yang dapat memberikan informasi terhadap dampak perdagangan elektronik terhadap perkembangan perusahaan yang dipimpinnya.

Sifat penelitian kualitatif ini adalah eksploratif, sehingga pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif lebih mengutamakan kualitas sampel daripada kuantitas [25]. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti dua pengusaha tingkat mikro yang menggunakan teknologi informasi dalam usahanya. Peneliti menemukan jawaban atas apa yang ingin mereka ketahui. Seperti yang diungkapkan oleh [26] yang menjelaskan bahwa penentuan satu unit sampel dianggap cukup apabila telah mencapai tahap di mana data yang terkumpul sudah jenuh sehingga penambahan sampel tidak memberikan informasi baru. Hal inilah yang menjadi dasar mengapa penulis tidak lagi menerima informasi dari informan lain selain dua informan yang penulis hubungi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Objek Penelitian

Dua pemilik usaha kecil di Bandung, Amelia Rosalina dan Siska Yos Sri Junita, telah memilih menggunakan platform e-commerce Tokopedia untuk memasarkan produk mereka. Amelia menjual pakaian melalui AmeruShop untuk menambah penghasilan dan memenuhi kebutuhan rumah tangga, sedangkan Siska menjual peralatan dapur melalui Brew Corner karena kebutuhan rumah tangganya tidak terpenuhi dengan pendapatan suaminya. Keduanya menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung bisnis mereka. Hasil Penelitian

Dalam bagian ini, penulis akan menganalisis hasil wawancara dengan dua informan yang terkait dengan peran teknologi informasi dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Bandung. Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Selain menggunakan lisan, penulis juga menggunakan kuesioner sebagai alat bantu dalam melakukan wawancara terhadap dua objek penelitian. Berikut adalah tabel 1 berupa daftar hasil wawancara yang penulis dapatkan selama penelitian penelitian:

Tabel 1 Daftar pertanyaan wawancara dan jawaban informan

No	Daftar Pertanyaan
1	Apa motive anda untuk membuka usaha sendiri ? Jawaban: Motive mereka sama, yaitu untuk mengisi waktu dengan produktif selain mengurus rumah tangga, sehingga dapat menghasilkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.
2	Jenis usaha apa yang anda jalankan ? Jawaban : Amelia menjual pakaian. Siska menjual peralatan kopi dan dapur.
3	Peralatan teknologi informasi apa yang anda gunakan ? Jawaban: Amelia hanya menggunakan smartphone. Siska menggunakan laptop dan smartphone.
4	Apa Jenis jaringan telekomunikasi yang anda gunakan ? Jawaban: Amelia menggunakan wifi dan paket data. Siska juga menggunakan wifi dan paket data.
5	Kenapa anda memilih tokopedia sebagai marketplace usaha anda ? Jawaban: Jawaban mereka sama, yaitu karena gratis, mudah dioperasikan, dan merupakan marketplace terbesar di Indonesia dan sudah terkenal di seluruh dunia.
6	Apakah peran teknologi informasi dapat membantu meningkatkan bisnis anda ? Jawaban: Jawaban mereka sama, yaitu sangat membantu sekali dalam meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan profit mereka dalam penjualannya.
7	Apa tantangan teknologi informasi dalam membantu operasi bisnis anda ? Jawaban: Jawaban mereka sama ketika sinyal komunikasi yang tak stabil sehingga sangat mengganggu kelancaran operasi bisnisnya. Maka, mereka meminta kepada operator baik wifi atau paket data agar pelayanannya ditingkatkan, agar tidak sering terjadi gangguan yang mengakibatkan kerugian.
8	Apakah anda pernah ikut pelatihan untuk menggunakan teknologi informasi ? Jawaban: Mereka menjawab belum pernah. Mereka hanya mengandalkan pengetahuan yang didapatkan dari pendidikan diploma dan pengalaman kerja mereka.
9	Apakah anda memasarkan secara offline juga jika ya bagaimana perbandingannya dengan online ? Jawaban: Mereka menjawab tetap memasarkan secara offline meskipun secara online mempunyai keunggulan dari biaya, skala pemasaran dan efisiensi.
10	Apakah anda merasa terbantu dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di negara Indonesia ? Jawaban:: Mereka sangat terbantu dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia. Namun, pelayanan dan kecepatan internet perlu ditingkatkan, begitu juga dengan bandwidthnya. Selain itu, jika tarif wifi dan paket data bisa disubsidi, maka tarifnya bisa diturunkan.

Deskripsi Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua subjek penelitian yang merupakan pengusaha mikro di Kota Bandung. Subjek pertama merupakan pemilik sebuah toko pakaian dan subjek kedua merupakan pemilik sebuah toko aksesoris. Kedua subjek penelitian ini telah menggunakan teknologi informasi dalam bisnis mereka selama beberapa tahun.

Penggunaan Teknologi Informasi dalam Bisnis oleh Subjek Penelitian

Kedua subjek penelitian ini menggunakan teknologi informasi dalam bisnis mereka untuk berbagai keperluan. Mereka menggunakan komputer dan printer untuk memudahkan pencetakan nota penjualan dan laporan keuangan. Selain itu, mereka juga menggunakan internet untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menjalin kerja sama dengan supplier.

Manfaat dan Tantangan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Bisnis oleh Subjek Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua subjek penelitian ini merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan teknologi informasi dalam bisnis mereka. Penggunaan teknologi informasi telah membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mereka. Dalam hal ini, teknologi informasi memainkan peran penting dalam membantu pengusaha mikro meningkatkan penjualan dan pangsa pasar mereka.

Meskipun teknologi informasi memberikan banyak manfaat yang signifikan, namun informan tetap menghadapi beberapa tantangan dalam penggunaannya. Tantangan utama yang dihadapi oleh kedua subjek penelitian adalah masalah keamanan sistem. Kedua subjek penelitian menyadari bahwa penggunaan teknologi informasi dapat membuka celah keamanan bagi bisnis mereka. Oleh karena itu, mereka harus memastikan bahwa sistem keamanan yang digunakan cukup kuat untuk melindungi data dan informasi bisnis mereka.

Selain itu, subjek penelitian juga menghadapi masalah jaringan internet yang tidak stabil. Hal ini dapat mengganggu kinerja bisnis mereka dan menghambat akses ke informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, mereka disarankan untuk menggunakan jaringan internet yang stabil di toko mereka agar dapat memaksimalkan manfaat teknologi informasi untuk bisnis mereka.

3.2. Pembahasan Penelitian

Kontribusi Penelitian terhadap Pemahaman Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis Mikro Implikasi Temuan Penelitian terhadap Pengembangan Bisnis Mikro di Kota Bandung

Pada bagian ini, akan dibahas hasil penelitian yang telah diperoleh pada bagian sebelumnya. Berdasarkan wawancara dengan subjek penelitian, ditemukan bahwa penggunaan teknologi informasi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mikro di Kota Bandung. Subjek penelitian mengelola usaha mereka dengan menggunakan perangkat lunak dan aplikasi teknologi informasi untuk mengelola persediaan, penjualan, dan pemasaran produk mereka.

Selain itu, penggunaan teknologi informasi juga memberikan manfaat dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar bisnis mikro. Dengan adanya akses internet dan media sosial, subjek penelitian dapat memasarkan produk mereka secara lebih efektif dan mencapai lebih banyak pelanggan. Namun, subjek penelitian juga menghadapi beberapa tantangan dalam penggunaan teknologi informasi, terutama dalam hal keamanan sistem. Hal ini dapat mengancam kerahasiaan data bisnis dan mengganggu kelancaran operasi bisnis.

Dalam konteks ini, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman peran teknologi informasi dalam bisnis mikro di Kota Bandung. Temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mikro serta memberikan manfaat dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Namun, penggunaan teknologi informasi juga memiliki tantangan, khususnya dalam hal keamanan sistem. Oleh karena itu, para pengusaha mikro perlu memperhatikan masalah keamanan sistem dan menjaga kerahasiaan data bisnis mereka.

Implikasi temuan penelitian dapat digunakan untuk pengembangan bisnis mikro di Kota Bandung. Para pengusaha mikro dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan hati-hati dan memperhatikan kelemahan sistem keamanan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mereka. Selain itu, para pengusaha mikro juga dapat menggunakan jaringan internet yang stabil untuk memaksimalkan manfaat teknologi informasi dalam bisnis mereka.

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki peran penting dalam membantu pengusaha mikro di Kota Bandung meningkatkan penjualan dan pangsa pasar mereka. Melalui wawancara dengan dua pengusaha mikro, temuan penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi memfasilitasi proses bisnis, mempercepat pengambilan keputusan, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis. Namun, para pengusaha mikro juga menghadapi beberapa tantangan dalam penggunaannya, khususnya terkait dengan masalah keamanan sistem. Oleh karena itu, para pengusaha disarankan untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi informasi dan memperhatikan kelemahan sistem keamanannya.

Rekomendasi untuk pengusaha mikro di Kota Bandung adalah untuk memanfaatkan teknologi informasi dengan lebih bijaksana dan mempertimbangkan faktor keamanan sistem dalam penggunaannya. Selain itu, pengusaha mikro juga disarankan untuk menggunakan jaringan internet yang stabil di tokonya agar dapat memaksimalkan manfaat teknologi informasi untuk bisnis mereka.

Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman yang penting tentang peran teknologi informasi dalam bisnis mikro di Kota Bandung, ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan dua subjek penelitian sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih besar. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan metode analisis kualitatif studi kasus sehingga hasilnya mungkin terbatas pada perspektif subjek penelitian.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan mengumpulkan data dari sejumlah besar pengusaha mikro di Kota Bandung. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode survei, untuk memperluas pemahaman tentang penggunaan teknologi informasi dalam bisnis mikro di Kota Bandung.

.Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Suryakencana yang telah menjadi wadah bagi para peneliti untuk mengembangkan penelitian jurnal ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang besar bagi kemajuan ilmu pengetahuan di Indonesia.

References

- [1] G. Foh, Pengantar Teknologi Informasi in Sudirman, A9Ed). Information Technology : Konsep Dan Implementasinya, CV. Media Sains Indonesia, 2022, pp. 1 - 6.
- [2] D. Setiawan, "Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya," [34] Setiawan, D. (2018). Damp JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study , vol. iv, no. 1, pp. 62-72., 2018.
- [3] M. Muslih, Pengertian_ Supply_ Chain_ Management. Konsep Sistem Informasi dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat., 2022.
- [4] I. Harahap, "Analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di Sumatera Utara (Doctoral dissertation,," Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , Medan., 2016.
- [5] D. Krismawintari, Pengantar Teknologi Informasi.In Sudirman, A (Ed).Information Technology : Konsep Dan Implementasinya, CV Media Sains Indonesia., (2022, p. 153 – 164.
- [6] N. S. Kadeni, " Peran _UMKM (Usaha_ Mikro _Kecil_ Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Equilibrium:," [30] Kadeni, N. S. (2020). Peran _UMKM (Usaha_ Mikro _Kecil_ Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Equilibrium:," vol. viii, no. 2, pp. 191-200., (2020).
- [7] K. Sedyastuti, "Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global.," [33] Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global.," vol. ii, no. 1, pp. 117-127., 2018.
- [8] U. Anisah, Pengantar Teknologi Informasi in Sudirman, A9Ed). Information Technology : Konsep Dan Implementasinya, CV. Media Sains Indonesia, 2022, pp. 17 - 27.
- [9] S. & K. P. Haag, Information Technology Tomorrow's Advantage Today, McGraw-Hill, 1996.
- [10] H. Lucas, Information Technology for Management, 7th ed., Irwin/McGraw- Hill., 2000.
- [11] E. W. B. C. V. D. D. W. H. J. A. & P. J. Martin, Martin, E. W., Brown, C. V. Customer_Relationship_Management: Managing Information Technology, 5th ed., Pearson: Prentice Hall, US, 2005.
- [12] G. Sesan, E-commerce, Nigeria the next generation., the next generation. In Encyclopedia of e-commerce, e-government, and mo Hershey • London • Melbourne • : Singapore Idea Group Reference, 2000.,
- [13] C. M. Wood, "Marketing & e-commerce as tools of development in the Asia- Pacific region: A dual path.," International Marketing Review, , vol. xxi, no. 3, pp. 301-320., 2003.
- [14] J. E. & J. B. J. Rayport, E-Commerce, McGraw-Hill Higher Education., 2001.
- [15] F. P. S. S. S. A. S. S. A. S. J. Fajrilah, Smart Entrepreneurship : Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital, Yayasan Kita Menulis, 2022.
- [16] L. Y. & N. M. I. P. Siregar, "Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online.," PHIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, , vol. ii, no. 1, pp. 71-75, 2020.
- [17] J. Scholte, Globalization: A Critical Introduction., London:: Palgrave, 2000.
- [18] D. W. d. S. H. Aprila, "Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia.," Jurnal Ekonomi Pertahanan, vol. vii, no. 2, p. 246, 2021.
- [19] R. & T. R. Ananda, Pengantar Kewirausahaan, Medan: Perdana Publishing, 2016.
- [20] T. d. Zimmerer, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil., Jakarta:: Salemba empat., 2008..
- [21] B. & I. R. D. Barringer, Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 3 ed., Prentice Hall, 2010.
- [22] U.-U. N. 2. T. 2008. [Online]. Available: [38] Undang-Undang No 20 Tahun 2008 <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.
- [23] R. K. 2. Yin, Case Study Research, Design and Methods., 3rd ed., California:: Sage Publications, Inc., Yin, Robert K. 2003.
- [24] M. Maitra, A. Chatterjee and F. Matsuno, "A Novel Scheme for Feature Extraction and Classification of Magnetic Resonance Brain Image Based on Slantlet Transform and Support Vector Machine," in SICE Annual Conference, 2008.
- [25] N. & S. Indriantoro, Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen., Yogyakarta:: BPFE., 2002.

- [26] C. R. Semiawan, Metodei Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya., Jakarta: Grasindo., 2010).
- [27] A. Salim, Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Penelitian Kualitatif., Yogyakarta: Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006.
- [28] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D., Bandung:: Alfa Beta., 2011.