

ANALYSIS INTERNET ACCESS (MOTIVATION ACCESS, MATERIAL ACCESS, SKILL ACCESS, DAN USAGE ACCESS) PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH KOTA BANDUNG TAHUN 2016

INTERNET ACCESS (MOTIVATION ACCESS, MATERIAL ACCESS, SKILL ACCESS, AND USAGE ACCESS) ANALYSIS IN MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES BANDUNG CITY 2016

Ardiansyah Suaib¹, Lia Yuldinawati²

^{1,2}Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ardiansyahs@student.telkomuniversity.ac.id, ²liayuldi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan terbentuknya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Selain itu UMKM juga sangat berkontribusi sebagai penyumbang GDP terbesar. Munculnya MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha UMKM, dimana hal tersebut bisa menjadi peluang sekaligus ancaman. Dengan melakukan inovasi dan memanfaatkan teknologi seperti komputer, internet, dan media sosial UMKM Indonesia dapat terus bersaing di dalam pasar global MEA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan internet access yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan empat sub variabel dari internet access yaitu motivational access, material access, skill access, dan usage access. Penelitian ini dilakukan untuk mencari nilai tertinggi dari keempat sub variabel serta melihat seberapa besar hubungan dari keempat sub variabel internet access tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji statistik deskriptif dan korelasi. Sampel ditetapkan menggunakan probability sampling dengan teknik simple random sampling. Dengan menyebarkan kuesioner untuk pengumpulan datanya, dan menggunakan IBM SPSS Statistic 22 for windows untuk menguji validitas, reabilitas, korelasi serta mengolah data secara manual untuk mengetahui hasil antara sub variabel internet access. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa sub variabel usage access memiliki nilai analisis tertinggi dengan kategori baik dan diikuti oleh ketiga sub variabel lainnya secara berurutan yaitu, skill access, motivational access, dan material access. Ketiga sub variabel tersebut mendapat nilai kategori baik. Sehingga mendapatkan hasil bahwa internet access pada pelaku usaha UMKM Kota Bandung berada pada kategori baik. Selain itu hasil dari hubungan tiap – tiap sub variabel dimana hubungan antara motivation access dan material access memiliki hubungan tertinggi dengan nilai 0.529 dengan tingkat hubungan yang sedang, sedangkan hubungan motivation access dan skill access memiliki hubungan terendah dengan nilai 0.155 dengan tingkat hubungan yang sangat rendah. Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk meningkatkan kemampuan internet access, pelaku usaha UMKM perlu memperhatikan dan mengembangkan keempat faktor tersebut. Pertama dari faktor material access yang memiliki nilai analisis terendah. Selanjutnya memperbaiki dan mengembangkan kemampuan untuk memperbaiki kekurangan yang ada pada ketiga faktor yang lainnya.

Kata Kunci : Kewirausahaan, UMKM, Internet, Internet Access

Abstract

SMEs have an important role in improving the economic growth of Indonesia. With the establishment of SMEs sector, unemployment due to unabsorbed labor force in the workforce is reduced. In addition SMEs also contributes greatly as the largest contributor of GDP. The emergence of MEA (ASEAN Economic Community) to be a challenge for business actors SMEs, where it could be both opportunities and threats. By innovating and utilizing technology such as computer, internet, and social media, SMEs Indonesia can continue to compete in

MEA global market. The purpose of this study is to determine the ability of internet access owned by SMEs in the city of Bandung. This research was conducted by using four sub variables of internet access that is access of motivation, material access, skill access, and access of usage. This study was conducted to find the added value of internet access. This research uses quantitative method by using descriptive statistical test and correlation. The sample is determined using probability sampling with simple random sampling technique. By spreading the questionnaire for data collection, and using IBM SPSS Statistic 22 for windows to test validity, reliability, correlation and manually process data to find out the results between sub variable internet acces. Based on the results of data processing, it can be seen that the sub variable usage access has the highest analysis value with good category and followed by three sub-variables lainnya in a row that is, skill access, motivational access, and material access. All three sub-variables get good category value. So get the result that internet access on business actor SMEs Bandung is in good category. In addition, the results of the relationship of each sub-variable where the relationship between motivation access and material access has the highest correlation with the value of 0.529 with a moderate level of relationship, while the relationship of motivation access and skill access has the lowest correlation with the value of 0.155 with very low level of relationship. Based on the results of the research, to improve the ability of internet access, SMEs business actors need to pay attention and develop these four factors. First of the material access factors that have the lowest analysis value. Further improve and develop the ability to correct the deficiencies that exist in all three other factors.

Keywords: Entrepreneurship, SMEs, Internet, Internet Access.

1. Pendahuluan

Tepat pada tanggal 1 Januari 2015 yang lalu bangsa-bangsa di kawasan Asia Tenggara atau lebih dikenal dengan ASEAN akan memasuki era baru dalam hubungan integrasi perekonomian dan perdagangan dalam bentuk Masyarakat Ekonomi ASEAN atau (ASEAN Economic Community). Siap atau tidak siap semua negara di kawasan ASEAN sudah harus meleburkan batas territorial negaranya dalam satu pasar bebas yang diperkirakan akan menjadi tulang punggung perekonomian di kawasan Asia setelah China. Dengan asumsi, persaingan bebas akan mendorong setiap negara ASEAN melakukan efisiensi yang optimal dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Kasih, 2017). [1]

Saat ini UMKM Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan sebagai penyumbang GDP terbesar dan membuka lapangan pekerjaan terbanyak didalam semua industri. Pada tahun 2014, UMKM memberikan kontribusi GDP sebesar 59% dan kontribusi terhadap lapangan pekerjaan sebesar 97%. [2]

Munculnya Masyarakat Ekonomi ASEAN menjadi tantangan bagi pelaku usaha UMKM, yang mana dapat menjadi peluang ataupun ancaman. Menjadi peluang apabila dapat dimanfaatkan dua potensi pasar dalam negeri maupun luar negeri khususnya ASEAN dan dapat menjadi ancaman apabila UMKM Indonesia tidak sanggup bersaing dengan Negara ASEAN yang lainnya. [3]

Cara meningkatkan daya saing UMKM Indonesia dalam pasar global MEA, yaitu UMKM Indonesia harus terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi, seperti komputer, internet, dan media social. [3]

Untuk meningkatkan kemampuan internet access terdapat beberapa factor untuk mengukur tingkat kemampuan dari penggunaanya, antara lain adalah, Motivasional access, material access, skill access dan usage access.

2. Dasar Teori Dan Metodologi

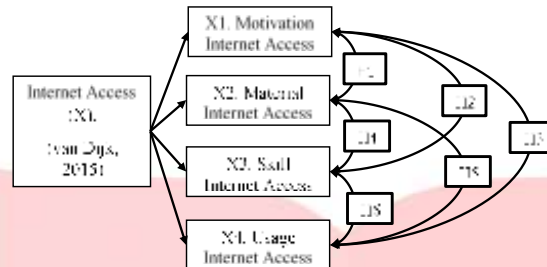
2.1 Dasar Teori

Wirausaha atau nama lainnya entrepreneur berasal dari bahasa Prancis “entre” yang artinya diantara dan “prendre” yang artinya mengambil. Sebutan entrepreneur digunakan pertama kali pada abad 18 untuk seseorang yang berperan sebagai “perantara” antara beberapa pihak dalam proses transaksi perdagangan. [4]

Internet merupakan jaringan komputer yang berkembang pesat dari jutaan bisnis, pendidikan, dan jaringan pemerintahan yang saling berhubungan dengan jumlah penggunaanya lebih dari 200 negara. [5]

Internet access memiliki 4 faktor, yaitu motivational access, material access, skills access, dan usage access. Akses motivasi secara utama dibentuk oleh sikap terhadap teknologi. Sikap harus

dipertimbangkan sebagai objek tertentu, sedangkan motivasi lebih dipertimbangkan sebagai tujuan tertentu. Seseorang harus memiliki kesempatan dan sarana untuk mengakses internet. Akses materi membutuhkan akses fisik atau koneksi internet, baik di rumah ataupun di tempat lain, biaya untuk hardware, software, dan jasa. Setelah mengadopsi sikap yang menguntungkan terhadap internet dan memperoleh koneksi fisik, seseorang harus memiliki keterampilan dalam menggunakan internet. Penggunaan internet sebagian besar didefinisikan dalam hal frekuensi, lama waktu penggunaan internet, atau jenis kegiatan yang dilakukan secara online.[6]



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Terdapat empat indikator kriteria pengukuran internet access yaitu Motivational Internet Access, Material Internet Access, Skill Internet Access, dan Material Internet Access [6]. Kerangka pemikiran diatas menjelaskan bahwa dalam penelitian ini dilakukan analisa terhadap masing – masing kriteria *internet access* serta mencari hubungan dari masing – masing kriteria *internet access* pada pelaku usaha UMKM Kota Bandung untuk diketahui penggunaan *internet access*.

2.2 Metodologi

Populasi pada penelitian ini adalah pada UMKM kota bandung 2016 yang berjumlah 5365. Penelitian ini menggunakan teknik sampling probability sampling. Menurut probability sampling adalah teknik sampling yang memungkinkan anggota-anggota dalam populasi mempunyai peluang dan probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel. [7]

Untuk mengetahui deskriptif dari setiap responden mengenai variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini diperlukan pengukuran kuisioner. Masing-masing pertanyaan disertai dengan lima jawaban yang harus dipilih sesuai menurut responden.

1. Nilai kumulatif adalah jumlah nilai dari setiap jawaban item pertanyaan dari 372 responden. selanjutnya presentase dari nilai kumulatif tersebut dibagi dengan nilai frekuensinya dikalikan 100%.
2. Jumlah responden adalah 372 orang, dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5, sedangkan nilai skala terkecil adalah 1. Sehingga diperoleh jumlah kumulatif terbesar = 372 x 5 = 1860, dan jumlah kumulatif terkecil = 372 x 1 = 372.
3. Adapun nilai presentase terkecil = $(372 : 1860) \times 100\% = 20\%$. Kategori nilai rentan untuk setiap pernyataan ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{(\text{nilai presentasi maksimum} - \text{nilai presentasi minimum})}{\text{jumlah titik skala}}$$

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{(100\% - 20\%)}{5}$$

$$\text{Nilai Rentang} = 16\%$$

Sehingga diperoleh penilaian presentase seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.6 Kategori Penilaian

No	Presentase	Kategori Penilaian
1	20% - 36%	Sangat Tidak Baik
2	>36% - 52%	Tidak Baik
3	>52% - 68%	Cukup
4	>68% - 84%	Baik
5	>84% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Data diolah oleh Peneliti

Perhitungan skor total indikator, rata-rata skor variabel, presentase indikator variabel, dan rata-rata presentase adalah sebagai berikut:

4. Skor total indikator variabel

Skor total indikator variabel = (Jumlah responden yang menjawab sangat setuju x 5) + (Jumlah responden yang menjawab setuju x 4) + (Jumlah responden yang menjawab sangat tidak setuju x 1).

5. Rata-rata skor variabel

Rata-rata skor variabel = (Jumlah skor total indikator variabel) / (Jumlah indikator variabel).

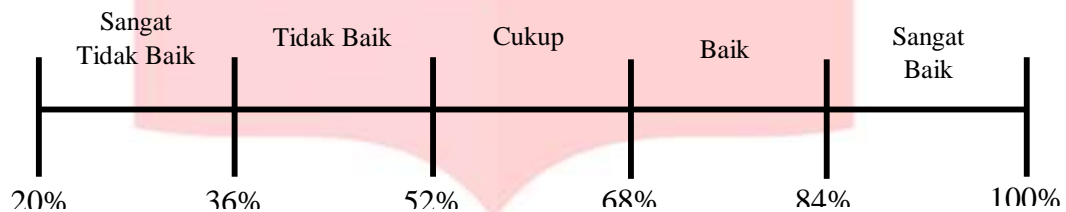
6. Presentase indikator variabel

Presentase skor variabel = (Jumlah skor total indikator variabel) / (skor ideal).

7. Rata-rata presentase variabel

Presentase indikator variabel = (Jumlah presentase indikator variabel x 100%) x (Jumlah indikator variabel).

Untuk menentukan kategori dari hasil total skor setiap variabel, digunakan dari kontinum seperti berikut:



Gambar 3.2 Garis Kontinum

Sumber : Data Olahan Peneliti

Uji korelasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode parsial. Uji parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh hubungan variabel bebas (X_1, X_2, X_3 , dan X_4) secara parsial atau sendiri-sendiri dengan menggunakan uji *Pearson Correlation*. Penggunaan akan menggunakan SPSS. Nilai t tabel diperoleh dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Dasar pengambilan keputusan :

a. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$; maka terima H_0 atau tolak H_1 .

b. Apa bila probabilitas signifikansi $< 0,05$; maka tolak H_0 atau terima H_1 .

Untuk mengetahui kuat lemahnya koefisien korelasi, penulis menggunakan batasan sebagai berikut :

Tabel 3.7

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013: 231)

3. Pembahasan

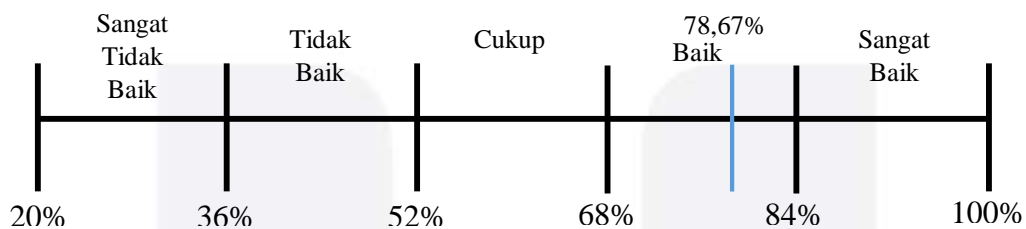
Pengukuran internet access dalam penelitian ini dilakukan terhadap satu variabel independen dengan empat sub variabel yaitu Material Access, Skill Access, Motivation Access, dan Usage Access. Data yang telah diperoleh kemudian diuji menggunakan uji deskriptif untuk mengukur kemampuan internet access pada pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 dengan jumlah total responden adalah 374 orang. Berdasarkan jenis kelamin, responden berjenis kelamin laki – laki memiliki persentase sebesar 39%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan memiliki persentase 61%. Berdasarkan jenis usaha yang dijalankan, responden yang menjalankan usaha jenis fashion memiliki persentase sebesar 40%, lalu kerajinan tangan dengan persentase sebesar 28%, diikuti dengan jenis usaha kuliner dengan persentase sebesar 21%, dan usaha jenis jasa dengan persentase 11%. Lamanya penggunaan internet tertinggi yaitu lebih dari 2 tahun dengan jumlah persentase sebesar 50%, lalu responden yang telah menggunakan internet selama 2 tahun ada sebesar 32%, diikuti responden yang telah menggunakan internet selama 1 tahun sebesar 14%, dan diikuti dengan responden yang telah menggunakan internet kurang dari 1 tahun dengan persentase sebesar 4%. Banyak dari responden lebih sering menggunakan internet di tempat kerja atau usaha dengan persentase sebesar 52%, diikuti rumah yang dijadikan tempat untuk menggunakan internet dengan persentase sebesar 46%, dan ada sebanyak 2% responden yang

menggunakan internet ketika berada di cafe. Dari segi penghasilan, responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki penghasilan sebesar kurang dari Rp. 50.000.000 ada sebesar 79%, dan responden yang berpenghasilan antara Rp. 50.000.000 sampai Rp. 500.000.000 ada sebanyak 21%. Smartphone dalam penelitian ini masih menjadi pilihan utama responden sebagai perangkat untuk mengakses internet dengan persentase sebesar 56%, lalu laptop dengan persentase sebesar 21%, diikuti responden yang menggunakan tablet dengan persentase sebesar 18%, dan sebanyak 5% responden yang menggunakan komputer personal. Dan media online yang digunakan responden dalam melakukan bisnis yaitu media social dengan persentase sebesar 72%, diikuti dengan e – mail dengan persentase sebesar 19%, dan blog sebesar 10%. Untuk memperkuat hasil penelitian, peneliti telah melakukan uji validasi dan reabilitas terhadap kuesioner yang disebar. Dari hasil analisis keempat sub variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini, didapati rata – rata persentase skor untuk kemampuan internet access dari pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Rata – Rata Persentase Skor

No	Sub Variabel	Rata – Rata Skor
1	<i>Motivation Access</i>	79,92%
2	<i>Material Access</i>	70,27%
3	<i>Skill Access</i>	81,77%
4	<i>Usage Access</i>	82,74%
Total		314,7%
Rata – Rata Persentase		78,67%

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017.



Gambar 4.13 Garis Kontinum Rata – Rata Persentase Skor Internet Access

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017.

Pada gambar 4.13 menunjukkan bahwa rata – rata persentase skor internet access berada pada kategori “Baik” dengan persentase 78,67%. Maka dari hasil rata – rata ini menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik mengenai internet access terkait pemanfaatan internet access dalam menjalankan usahanya.

Usage Access menempati urutan pertama dalam tabel persentase, dengan persentase rata – rata skor penelitian sebesar 82,74%. Menurut Van Deursen & Van Dijk (2015) penggunaan internet sebagian besar didefinisikan dalam hal frekuensi, lamanya waktu menggunakan internet, atau jenis kegiatan yang dilakukan secara online. Dalam penelitian ini usage access berada pada kategori “Baik” yang artinya responden dalam penelitian ini telah menggunakan internet sesuai dengan yang dibutuhkannya dalam menjalankan bisnisnya, dan juga telah menggunakan internet sebagai sara pencarian serta sarana untuk menyampaikan informasi tentang bisnisnya sesuai dengan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian ini. Skill Access menempati urutan kedua dalam tabel persentase, dengan persentase rata – rata skor penelitian sebesar 81,77% skill access dikategorikan “Baik” sehingga dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini telah memiliki kemampuan untuk mengoperasikan perangkat yang digunakan untuk mengakses internet. Menurut Van Dijk dan Van Deurseun (2015) menyatakan tuntutan dari lingkungan sosial dan juga berbagai tugas dan pekerjaan yang diberikan dari lingkungan kerja dapat membuat pengalaman pengguna internet tersebut dapat memacu seseorang dalam meningkatkan skill. Motivation Access menempati urutan ketiga dengan skor persentase sebesar 79,92% dalam kategori “Baik”. Dalam van Dijk (2015) menyatakan bahwa faktor motivational dibentuk oleh sikap seseorang terhadap teknologi internet. Sikap dapat diartikan sebagai objek spesifik sedangkan motivasi lebih dianggap sebagai tujuan spesifik. Dalam penelitian ini pengujian analisis responden terhadap motivation access dibuat dengan tujuan yang spesifik yaitu dengan memberikan pernyataan – pernyataan kuesioner tentang ketertarikan menggunakan internet untuk kegiatan bisnisnya, dan apakah dengan menggunakan internet membantu dalam menjalankan bisnisnya. Pada penelitian ini motivation

access berada pada kategori penilaian “Baik”, yang artinya 372 responden pelaku usaha UMKM di Kota Bandung mempunyai motivasi menggunakan internet untuk kepentingan bisnisnya. Hal tersebut juga membuktikan pernyataan dari Van Deursen dan Van Dijk (2015) pengalaman internet memiliki efek langsung terhadap motivation access, karena ada sebanyak 50% responden yang telah menggunakan internet selama lebih dari 2 tahun dan ada sebanyak 32% responden yang telah menggunakan internet selama 2 tahun sehingga responden mempunyai motivasi yang sangat baik untuk menggunakan internet. Material Access memiliki rata – rata nilai skor paling rendah, dengan nilai skor rata – rata sebesar 70,27%, sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh responden atas pernyataan penggunaan smartphone lebih dari 1 dalam beraktivitas sehari-hari yang memiliki nilai paling rendah daripada point pernyataan yang lainnya itu sebesar 66,02%. Walaupun demikian material access masih berada pada kategori “Baik”. Menurut Van Deursen & Van Dijk (2015) material access dibutuhkan untuk dapat mengembangkan keterampilan internet operasional dan formal, hal tersebut terlihat pada responden dalam penelitian ini memiliki tingkat skill access yang berada pada kategori “Baik”. Hal tersebut membuktikan pernyataan dari Van Deursen & Van Dijk (2015) yang menyatakan bahwa individu dengan komputer desktop, laptop, tablet, smartphone, dan televisi cerdas dapat terhubung ke internet dimana saja dan setiap saat sepanjang hari dan oleh karena itu memiliki lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan kesempatan penggunaan yang beragam. Responden dalam penelitian ini sudah menggunakan salah satu dari perangkat yang di katakan oleh Van Deursen & Van Dijk. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Van Deursen & Van Dijk dimana pada penelitian ini tingkat skill access dan usage access berada pada kategori “Baik” sesuai dengan tingkat material access yang juga berada pada kategori “Baik”.

Pada penelitian ini dilakukan juga analisis korelasi secara parsial atau sendiri – sendiri. Berdasarkan analisis kekuatan hubungan atau korelasi antar sub variabel didapatkan hasil berikut:

Tabel 4.13 Analisis Korelasi Internet Access

No	Korelasi	Nilai Signifikansi
1	<i>Motivation Access Dan Material Access</i>	0.529
2	<i>Motivation Access Dan Skill Access</i>	0.155
3	<i>Motivation Access Dan Usage Access</i>	0.324
4	<i>Material Access Dan Skill Access</i>	0.300
5	<i>Material Access Dan Usage Access</i>	0.197
6	<i>Skill Access Dan Usage Access</i>	0.503

Berdasarkan table 4.13 di atas, signifikansi korelasi antara Motivation Access dan Material Access adalah sebesar 0,529 yang berarti kedua sub variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kekuatan yang sedang. Untuk memiliki material access, seseorang harus memiliki motivasi untuk mengakses internet. Dengan adanya motivasi untuk mengakses internet, maka seseorang akan memotivasi dirinya untuk mendapatkan material yang dibutuhkan dalam mengakses internet. Van Dijk (2005) dalam Ghobadi (2013) mengatakan bahwa Akses material diproses oleh akses motivasi dan didukung oleh akses keterampilan dan akses penggunaan. Signifikansi korelasi dari Motivation Access dan Skill Access adalah 0,155 yang menunjukkan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kekuatan yang sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa skill dalam menggunakan internet hanya memiliki pengaruh yang lemah terhadap motivasi seseorang, dan sebaliknya pun seperti itu. Motivation Access dan Usage Access memiliki tingkat kekuatan hubungan yang rendah dengan nilai signifikansi 0,324. Nilai korelasi Material Access dan Skill Access adalah 0,300 yang dimana kedua sub variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kekuatan yang rendah. Menurut van Dijk (2012) walaupun seseorang telah memiliki material untuk mengakses internet, hal tersebut tidak serta merta dapat meningkatkan skills orang tersebut. Nilai signifikansi dari Material Access dan Usage Access adalah 0.197 dengan tingkat hubungan yang sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memiliki material access yang memadai, orang tersebut belum tentu dapat menggunakan internet dengan maksimal untuk keberlangsungan usahanya. Skill Access dan Usage Access memiliki nilai signifikansi 0,503 dengan tingkat hubungan sedang. Menurut Ghobadi (2013) skills dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. Ketika seseorang memiliki internet skill yang baik, maka orang tersebut dapat mengaplikasikan internet dan menggunakannya dalam kegiatan sehari – hari serta menjadi pengguna aktif internet.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kemampuan dan hubungan antara masing – masing sub variabel internet access pada pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 dengan menggunakan sub variabel dari internet access yaitu material access, skill access, motivation

access, dan usage access. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV, maka kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil rata – rata skor dari internet access dapat disimpulkan bahwa kemampuan internet access pada pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 memiliki kategori “Baik”. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis pada masing – masing sub variabel internet access yang seluruhnya memiliki nilai presentase skor baik. Oleh karena itu, pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 dinilai mampu menggunakan internet access dengan baik. Sub variabel usage access menempati urutan pertama dengan kategori “Baik”. Analisis sub variabel usage access dilakukan dengan menggunakan beberapa pernyataan yang berkaitan dalam penggunaan internet sebagai media untuk mencari informasi tentang kompetitor yang sejenis maupun memberitahukan informasi yang dimiliki oleh pelaku usaha kepada konsumennya. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Bandung sudah mengerti dan mengetahui bagaimana cara memanfaatkan perkembangan teknologi dengan baik seperti mencari tahu informasi mengenai kompetitor maupun menyebarkan informasi produk yang diperlukan oleh konsumen. Sub variabel skill access menempati urutan kedua dengan kategori “Baik”. Analisis sub variabel skill access dilakukan dengan menggunakan beberapa pernyataan yang berkaitan terhadap pengalaman dari para responden dalam memanfaatkan internet terkait dengan usaha yang sedang dijalankan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa, pelaku ussha UMKM yang ada di Kota Bandung dinyatakan mampu menguasai kemampuan yang diperlukan untuk mengakses internet. Sub variabel motivation access menempati urutan ke 3 dan masuk kedalam kategori “Baik”. Analisis sub variabel motivation access dilakukan dengan menggunakan beberapa pernyataan yang berkaitan dalam motivasi pada tiap responden dalam menggunakan internet untuk mencari informasi maupun menjalankan usahanya. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa, pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Bandung sudah memiliki motivasi untuk menerima kemajuan teknologi dengan mengadopsi perkembangan teknologi seperti menggunakan internet, komputer, sosial media, dan lainnya. Sub variabel material access menempati urutan terakhir tetapi masih masuk dalam kategori “Baik”. Analisis yang dilakukan pada sub variabel material access dilakukan dengan menggunakan beberapa pernyataan yang berkaitan dengan alat dari penggunaan internet seperti komputer, laptop, smartphone, ataupun software/aplikasi yang digunakan untuk mengakses internet.
2. Masing – masing dari sub variabel internet access memiliki hubungan satu sama lain. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi dari masing – masing korelasi antara sub variabel yang dimana memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Dengan adanya hubungan antara motivation acces, material access, skill access, dan usage access menunjukkan bahwa untuk dapat memanfaatkan internet access dengan lebih maksimal maka responden perlu untuk memiliki keempat sub variabel tersebut. Tingkat keeratan hubungan yang paling tinggi dimiliki oleh motivation access dan material access. Sedangkan keeratan hubungan yang memiliki nilai paling rendah adalah motivation access dan skill access.
3. Signifikansi korelasi dari motivation access dan material access adalah 0,529 yang berarti kedua sub variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kekuatan sedang. Signifikansi korelasi dari motivation access dan skill access adalah 0,155 yang menunjukkan hubungan yang signifikan diantara kedua sub variabel tersebut dengan tingkat kekuatan hubungan sangat rendah. Signifikansi korelasi dari motivation access dan usage access adalah 0,324 yang berarti kedua sub variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kekuatan hubungan rendah. Signifikansi material access dan skill access adalah 0,300 yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan diantara kedua sub variabel tersebut dengan tingkat kekuatan hubungan rendah. Signifikansi material access dan usage access adalah 0,197 yang berarti kedua sub variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat keuatan hubungan rendah. Signifikansi skill access dan usage access adalah 0,503 yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan diantara kedua sub variabel tersebut dengan tingkat kekuatan hubungan sedang.

4. Saran

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang peneliti tujukan untuk pelaku usaha UMKM Kota Bandung tahun 2016 sebagai responden dalam penelitian ini, dan penelitian selanjutnya yaitu:

4.1 Aspek Teoritis

Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian sejenis dengan menggunakan metode yang berbeda karena dalam penelitian ini baru sebatas untuk mengetahui apa yang sudah dapat dilakukan oleh UMKM Kota Bandung untuk memanfaatkan internet access yang

sudah ada. Selain menggunakan metode yang lain, peneliti juga berharap peneliti selanjutnya menambahkan hasil analisis untuk mengukur tingkat pengaruh internet access terhadap kemajuan bisnis.

4.2 Aspek Praktis

Bagi para pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Bandung, berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kemampuan internet access nya dengan memperhatikan point - point yang masih memiliki nilai analisis yang rendah, diantaranya adalah:

1. Untuk sub variabel yang memiliki nilai analisis terendah yaitu material access, yang mana nilai pernyataan terendah terdapat pada pernyataan “ Saya biasa menggunakan smartphone lebih dari 1 dalam beraktivitas sehari – hari “, peneliti mengharapkan pada pelaku usaha UMKM untuk menggunakan lebih dari 1 smartphone dengan tujuan untuk memisahkan fungsi smartphone itu sendiri menjadi smartphone yang digunakan untuk keperluan bisnis dan smartphone yang digunakan untuk keperluan pribadi.
2. Pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Bandung harus lebih meningkatkan motivasi untuk dapat menerima, mengadopsi, dan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Karena dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi berada pada peringkat ketiga. Menurut penulis ketika motivasi merupakan hal yang paling utama, karena ketika motivasi seorang pelaku usaha berada pada tingkatan tertinggi maka pelaku usaha tersebut akan cenderung dapat menyiapkan segala hal yang diperlukan dalam menjalankan usahanya, seperti menyiapkan material access yang diperlukan, meningkatkan skill access yang diperlukan untuk mengakses internet, dan juga usage access yang dihasilkan akan maksimal.
3. Pada sub variabel usage access pernyataan “Dengan menggunakan internet, saya dapat mencari informasi tentang harga produk kompetitor” mendapatkan nilai terendah. Menurut peneliti hal tersebut harus ditingkatkan karena tujuan dari penggunaan internet itu sendiri selain untuk inovasi produk juga untuk merain pasar konsumen. Sementara untuk dapat meraih pasar konsumen, dibutuhkan kemampuan untuk menetapkan harga. Dalam menentukan harga seorang pelaku usaha akan mencoba untuk sebisa mungkin mengikuti harga produk yang sejenis di pasar.

Daftar Pustaka

- [1] Kasih, P. T. (2017). Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Penerapan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Terhadap Sektor Kerajinan Batik Melayu Riau Tahun 2014-2015.
- [2] Kamal, R. M. (2015). Adopsi Teknologi Internet Oleh Konsumen UMKM Indonesia Untuk Berbelanja Oline (Studi Pada Situs Tokopedia.com Tahun 2015).
- [3] Adrianto, M. S. (2016, September). Strategi Kesiapan UMKM Bogor dalam Menghadapi persiapan Global. *Manajemen IKM*, 11(2), 97-102. Retrieved maret 5, 2017, from <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi>.
- [4] Wahyudi, Sandy. (2013). *Entrepreneurial Branding And Selling Road Map Menjadi Entrepreneur Sejati*. Jogjakarta: Garaha Ilmu.
- [5] O'Brien, J. A. (2003). *Introduction To Information System : Essentials For The EBusiness Enterprise* (11th Edition). New York: McGraw Hill Inc.
- [6] Deursen, van Alexander J.A.M and Dijk, van Jan A.G.M. (2015). *Toward a Multifaceted Model of Internet Access for Understanding Digital Divides : An Empirical Investigation*.
- [7] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Refika Adita.