

Kesiapan Usaha Mikro Kecil Menengah Tenun Ikat dalam Pemanfaatan Inovasi Teknologi E-Commerce di Kota Kupang
Small Micro Business Readiness in Utilizing E-Commerce Technology in Kupang City

Natalia Magdalena R. Mamulak

Universitas Katolik Widya Mandira, Jl. Jendral A. Yani No. 50-52, Merdeka, Kota Kupang
email: mamulak.natalia@gmail.com

Abstract. *There are 82 groups of UMKM Weaving Ikat in Kupang City, which are spread across 6 Districts; The sampling technique for all weaving business actors is carried out by segmenting business actors who have and do not yet have a shop or physical building in the sale and purchase transaction. Technological innovation as an indicator of changes in economic performance based on high value added technology. E-commerce is the process of buying, selling, or exchanging goods, services and information through computer networks, including the Internet. In an effort to develop woven UMKM so that it can develop globally, it is necessary to apply digital technology or e-commerce for market expansion. This research uses descriptive quantitative method, which uses a descriptive format in order to explain, summarize various conditions and situations, or various variables that arise in society and the object of research is based on what happened. In general, this study uses inductive statistics to analyze research data. Based on the aspect of knowledge about the online sales system, basically the tenun ikat UMKM knows online sales information, but due to limited knowledge and abilities, the UMKM has not been able to take advantage of it. In this regard, the tenun ikat UMKM states that they are ready to learn and implement an online sales system, and in the online purchasing process, the community does not experience problems. Based on the results of data analysis on 82 woven UMKM, that: 100% medium-scale MSMEs, 85% small-scale MSMEs and 80% micro-scale MSMEs are ready to apply digital e-commerce technology in business development in order to survive and compete globally.*

Keywords: UMKM, Ikat Weaving, Technological innovation, e-commerce, Kupang City

Abstrak. UMKM Tenun Ikat di Kota Kupang berjumlah 82 kelompok yang tersebar di 6 Kecamatan. Teknik pengambilan sampel terhadap keseluruhan pelaku usaha tenun ikat dengan cara melakukan segmentasi pelaku usaha yang telah, dan belum memiliki toko atau bangunan fisik dalam transaksi jual beli. inovasi teknologi menandai perubahan kinerja ekonomi menjadi berbasis teknologi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. E-commerce merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk Internet. Dalam upaya mengembangkan UMKM tenun ikat agar dapat berkembang secara global, maka diperlukan penerapan teknologi digital atau e-commerce untuk menarik pasar luas. Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif, dimana dalam penelitian kuantitatif dengan format deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat dan objek penelitian didasarkan pada apa yang terjadi. Pada umumnya penelitian ini menggunakan statistik induktif untuk menganalisa data penelitian. Ditinjau dari pengetahuan mengenai sistem penjualan online, UMKM tenun ikat pada dasarnya mengetahui informasi penjualan online namun karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, UMKM belum dapat memanfaatkannya. Berkaitan dengan hal ini UMKM tenun ikat menyatakan siap untuk belajar dan menerapkan sistem penjualan online. Dalam proses pembelian secara online, masyarakat tidak mengalami kendala. Berdasarkan hasil analisis data terhadap 82 UMKM tenun ikat, bahwa: 100% UMKM kategori Menengah, 85% UMKM kategori Kecil dan 80% UMKM kategori Kecil siap menerapkan teknologi digital e-commerce untuk pengembangan usaha agar dapat bertahan dan bersaing secara global.

Kata kunci: UMKM, Tenun Ikat, Inovasi teknologi, e-commerce, Kota Kupang

PENDAHULUAN

Kota Kupang sebagai pusat pemerintahan, selalu berkembang setiap tahun. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi yang berkembang pesat melalui beberapa jenis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), seperti tenun ikat, keripik pisang, keripik ubi, marning jagung, sei sapi, dendeng sapi, abon ikan, ikan kering dan kerupuk ikan yang tersebar di 6 Kecamatan dalam wilayah Kota Kupang (Dinas Koperasi, 2014).

Perkembangan UMKM, khususnya UMKM Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur (NTT) mulai meningkat karena produk tenun ikat telah menjadi kebutuhan dan *trend fashion* masyarakat yang diminati oleh masyarakat lokal, masyarakat luar NTT hingga ke mancanegara. Hal ini mendorong pelaku usaha tenun ikat untuk terus berkembang, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Tenun Ikat NTT adalah kain yang dibuat dari proses menenun oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur. Tenun sendiri merupakan kegiatan membuat kain dengan cara memasukkan benang pakat secara horizontal pada benang-benang lungsir, dengan cara diikat dahulu dan kemudian dicelupkan ke pewarna alami. Pewarna alami tersebut biasanya dibuat dari akar-akar pohon dan ada pula yang menggunakan dedaunan. Tenunan yang dikembangkan oleh setiap suku/etnis di NTT merupakan seni hasil karya atau buatan tangan wanita-wanita daerah setempat dengan sistem menenun secara tradisional. Kerajinan tangan ini turun-temurun diwariskan kepada anak cucu demi kelestarian seni tenun tersebut. Motif tenunan yang dipakai seseorang akan dikenal sebagai ciri khas dari suku atau pulau tertentu dimana seseorang berasal dan selalu merasa senang dan bangga ketika mengenakan tenunan asal sukunya. Dalam menghasilkan suatu tenunan membutuhkan ketelitian dan kesabaran. Kupang sebagai ibu kota Provinsi NTT, sebagian masyarakatnya masih memanfaatkan kerajinan tenunan sebagai mata pencaharian. Tenun ikat digunakan secara beragam di setiap lapisan masyarakat, meski tiap daerah ada penggunaan khusus pada masing-masing suku, secara umum dapat dipaparkan beberapa fungsi dari kain tenun daerah NTT:

1. Sebagai busana untuk penggunaan sehari-hari dan menutupi badan
2. Sebagai busana dalam tari adat dan upacara adat
3. Sebagai mahar dalam perkawinan dalam bahasa daerah disebut sebagai "belis" nikah
4. Sebagai pemberian dalam acara kematian dan sebagai wujud penghargaan
5. Sebagai penunjuk status sosial
6. Sebagai alat untuk membayar hukuman jika terjadi ketidakseimbangan
7. Sebagai alat barter/transaksi
8. Sebagai bentuk cerita mengenai mitos dan cerita-cerita yang tergambar di setiap motif tenunan
9. Sebagai bentuk penghargaan bagi tamu yang datang berkunjung

UMKM Tenun Ikat di Kota Kupang berjumlah 82 kelompok yang tersebar di 6 Kecamatan. Teknik pengambilan sampel terhadap keseluruhan pelaku usaha tenun ikat dengan cara melakukan segmentasi pelaku usaha yang telah, dan belum memiliki toko atau bangunan fisik dalam transaksi jual beli. Sedangkan, dari segmentasi skala usaha, tergolong ke dalam skala usaha kecil. Sampel pengguna dilakukan secara purposive dengan pengambilan sampel secara acak.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Balitbangda Kota Kupang pada Tahun 2015, bahwa kendala yang dialami UMKM antara lain: terbatasnya akses permodalan, terbatasnya akses ke pasar dan terbatasnya akses informasi mengenai sumber daya dan teknologi. Faktor sumber daya, yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan, serta manajemen pengelolaan usaha. Faktor teknologi, yaitu terbatasnya akses informasi mengenai perkembangan dan pemasaran elektronik. Hal inilah yang menyebabkan UMKM tidak mampu berkembang dan bersaing secara kompetitif di pasar global. Dengan perkembangan teknologi industri 4.0, menuntut UMKM agar dapat bersaing dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan, produk, kualitas dan kuantitas, serta kemasan dan aspek pasar lainnya, sehingga UMKM dapat bertahan dan terus melakukan inovasi sesuai kebutuhan pasar.

Inovasi teknologi adalah bagian tak terpisahkan dari rangkaian transformasi ekonomi yang terjadi dalam pembangunan. Bersama-sama dengan level pendapatan dan peningkatan struktur ekonomi, inovasi teknologi menandai perubahan kinerja ekonomi menjadi berbasis teknologi yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Sebuah daerah yang menginginkan tercapainya kesejahteraan masyarakat harus dapat menumbuhkan basis perekonomian yang mampu untuk terus berkembang. Hal ini didukung oleh kemampuan daerah dalam menciptakan daya saing produktif. Adanya inovasi yang berkelanjutan sangat dibutuhkan bagi pengembangan wilayah agar memiliki keunggulan ekonomi melalui produk dan komoditas yang berdaya saing.

Pada kenyataannya pengembangan inovasi di daerah tidak sering ditata dengan baik bahkan sering diabaikan. Keadaan tersebut menyebabkan perkembangan ekonomi daerah menjadi tidak optimal. Berbagai potensi yang dimiliki tidak dapat dikembangkan menjadi penggerak ekonomi yang handal. Alokasi sumber daya menjadi tidak terarah sehingga pencapaian pertumbuhan, stabilitas dan pemerataan ekonomi tidak seperti yang diinginkan. Di sisi lain, era keterbukaan ekonomi global dan ekonomi daerah yang berlaku sekarang menuntut adanya percepatan perwujudan daya saing daerah. Tanpa daya saing, maka daerah akan tertinggal di belakang dan hanya menjadi korban dari kemajuan. *E-commerce* merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk Internet. *E-commerce* mulai berkembang secara signifikan ketika internet mulai diperkenalkan. Dengan internet, transaksi perdagangan tidak lagi melihat batas-batas wilayah negara. Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *e-commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain adalah praktis, kemudahan dalam sistem pembayaran, efisiensi waktu dan banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha online.

E-commerce merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk Internet. Perkembangan teknologi saat ini, yaitu *smartphone* dan internet telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Dari segi bisnis maupun kebutuhan sehari-hari dimudahkan dengan adanya *smartphone*. Transaksi bisnis khususnya penjualan, sebagian besar dilakukan secara online. Tenun ikat NTT, yang kaya akan warna dan motif menjadi daya tarik dan telah menjadi "*trend fashion*" sehingga dicari oleh masyarakat dari luar NTT. Dalam upaya mengembangkan UMKM tenun ikat agar dapat berkembang secara global, maka diperlukan penerapan teknologi digital atau *e-commerce* untuk menarik pasar luas.

Untuk meningkatkan daya saing UMKM dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah agar mampu bertahan dengan lajunya perkembangan teknologi saat ini, maka diperlukan adanya pemanfaatan teknologi *e-commerce* sebagai bentuk inovasi teknologi bagi daerah terhadap Para Pelaku UMKM.

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui kesiapan UMKM dan pengguna tenun ikat dalam penerapan teknologi digital untuk pengembangan usaha agar dapat bertahan dan bersaing secara global. Selain itu penelitian ini sebagai rekomendasi kepada Walikota Kupang terkait dengan strategi, kebijakan dan tindakan yang perlu diambil untuk pencapaian pengembangan SIDA, yaitu mengembangkan (mereformasi) kerangka umum yang kondusif bagi perkembangan inovasi dan bisnis, memperkuat kelembagaan dan daya dukung litbang iptek, serta meningkatkan kemampuan absorpsi dunia usaha, khususnya UMKM tenun ikat.

Sasaran dalam penelitian ini adalah UMKM (pelaku usaha) tenun ikat dan masyarakat pengguna tenun ikat, dalam rangka mengukur kesiapannya di dalam penerapan teknologi digital untuk pengembangan usaha sehingga dapat bertahan dan berdaya saing secara global. Penelitian ini dilakukan untuk mencapai salah satu sasaran Pemerintah Kota Kupang yaitu bertambahnya ragam karya inovatif demi peningkatan daya saing dan nilai tambah produk unggulan.

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pengembangan bisnis UMKM tenun ikat masyarakat Kota Kupang melalui inovasi teknologi digital *e-commerce* agar dapat bertahan dan bersaing secara global.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif, karena instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisioner yang berisi beberapa item pertanyaan tentang persepsi terhadap masalah penelitian, selain kuisioner terdapat juga pedoman wawancara. Dalam penelitian kuantitatif dengan format deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat dan objek penelitian didasarkan pada apa yang terjadi. Pada umumnya penelitian ini menggunakan statistik induktif untuk menganalisa data penelitian. Adapun variabel kesiapan penerapan *e-commerce* yang dalam variabel ini terdapat indikator yang diukur terdiri dari Jenis produk tenun ikat, Waktu yang diperlukan, Proses menenun, Motif atau tenun daerah yang dihasilkan, Jenis benang, Jenis pewarna, Proses penjualan tenun ikat, Keuntungan, Sistem penjualan online, Cara kerja sistem penjualan online, Kesiapan penerapan sistem penjualan online, serta Kesiapan dan tanggapan masyarakat dalam sistem penjualan secara online. Metode Deskriptif menurut Irawan, yaitu digunakan untuk mengkaji sesuatu seperti apa adanya (variabel tunggal), atau pola hubungan (korelasional) antar dua atau lebih variabel. Jenis dan sumber data dalam penelitian terdiri dari:

1. Data primer: data yang diperoleh langsung dari sumbernya (sampel atau responden) melalui wawancara dan pengamatan langsung ke UMKM dan pelanggan.
2. Data sekunder: data dan informasi yang diperoleh dari buku, *literature*, penelitian terdahulu, jurnal dan artikel mengenai *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum UMKM Tenun Ikat di Kota Kupang

UMKM Tenun Ikat di Kota Kupang:

- a. Profil UMKM tenun ikat di Kota Kupang 87,8% adalah kaum perempuan. Namun dengan perkembangan zaman dan kebutuhan, kaum laki-laki juga mulai menenun. Berdasarkan usia berada pada usia 26-32 tahun, 33-39 tahun dan 40-46 tahun.

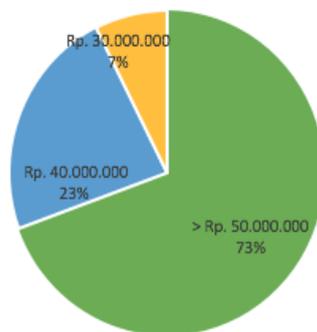
- b. Tingkat pendidikan pelaku usaha tenun ikat rata-rata tamat Sekolah Dasar (SD) hingga tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Usaha tenun ikat telah dijalankan selama 11-20 tahun ke atas.
- c. UMKM tenun ikat menghasilkan produk sarung/kain dan selendang, dengan rata-rata pengerjaan 1 bulan untuk sarung/kain dan 1 minggu untuk selendang.
- d. UMKM tenun ikat di Kota Kupang setiap harinya melakukan kegiatan menenun dengan motif tenun daerah yang paling sering dihasilkan adalah dari Pulau Timor dan Pulau Alor.
- e. Ditinjau dari jenis benang dan pewarna yang digunakan adalah benang took/katun dan pewarna toko/sintesis.
- f. Ditinjau dari proses penjualan, metode yang digunakan adalah menjual langsung ke masyarakat dan melalui pihak kedua.
- g. Ditinjau dari pengetahuan mengenai sistem penjualan online, UMKM tenun ikat pada dasarnya mengetahui informasi penjualan online namun karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, UMKM belum dapat memanfaatkannya. Berkaitan dengan hal ini UMKM tenun ikat menyatakan siap untuk belajar dan menerapkan sistem penjualan online

UMKM tenun ikat yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, kelompok umur, kelompok pendidikan dan lama usaha. Masing-masing profil diuraikan sebagai berikut:

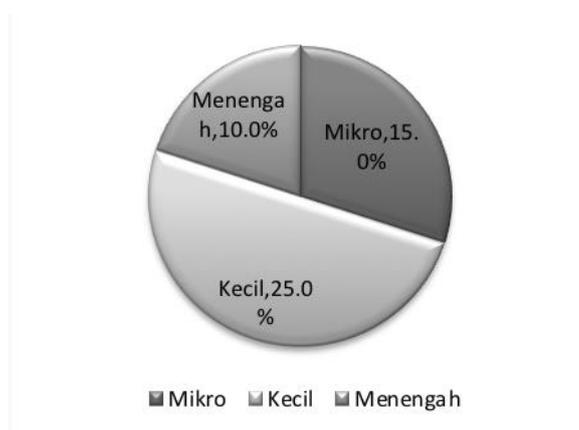
- a. Berdasarkan jenis kelamin
Analisis profil berdasarkan jenis kelamin, dipilih karena pelaku usaha tenun ikat adalah kaum laki-laki dan perempuan. Tradisi menenun umumnya dilakukan oleh kaum perempuan, namun saat ini kaum laki-laki juga melakukan pekerjaan menenun. Tingkat presentase masih didominasi oleh kaum perempuan.
- b. Berdasarkan kelompok umur
Analisis profil berdasarkan kelompok umur, karena yang menjalankan usaha tenun ikat bukan hanya dijalankan oleh orang tua tetapi juga kaum muda. Sehingga pada profil kelompok umur akan dibedakan menjadi rentang usia 26-32 tahun, 33-39 tahun, 40-46 tahun, 47-53 tahun, 54-60 tahun dan 61-67 tahun. Hal ini untuk melihat bahwa penerapan teknologi dapat disesuaikan dengan umur pelaku usaha.
- c. Berdasarkan kelompok pendidikan
Analisis profil berdasarkan kelompok pendidikan, pelaku usaha tenun ikat memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi mulai dari tamat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP), Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) hingga pendidikan yang lebih tinggi. Hal ini digunakan untuk mengukur kesiapan dan pemahaman pelaku usaha dalam menggunakan teknologi.
- d. Berdasarkan lama usaha
Pelaku usaha tenun ikat telah menjalankan usaha dengan rentang waktu 5-10 tahun, 11-20 tahun dan 20 tahun ke atas. Usaha ini telah dijalankan secara profesional, namun dalam proses promosi dan penjualan masih bersifat tradisional.
- e. Berdasarkan kategori UMKM dan Penghasilan
Pelaku usaha tenun ikat memiliki penghasilan yang berbeda-beda, sehingga perlunya kategori UMKM berdasarkan skala mikro, kecil dan menengah.
- f. Berdasarkan produk yang dihasilkan
Produk yang dihasilkan oleh setiap UMKM adalah kain/sarung dan selendang. Waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan kain/sarung dalam rentang waktu 1-3 bulan, sedangkan untuk selendang adalah 1-3 minggu.

- g. Berdasarkan kegiatan menenun
Waktu menenun yang dilakukan oleh UMKM tenun ikat berbeda-beda, ada yang melakukan setiap hari, 2-3 hari sekali atau rutinitas setiap minggu. Proses menenun masih dilakukan dengan cara tradisional dan tenaga kerja yang terampil dan professional. UMKM menghasilkan tenun ikat dari beragam suku yang ada di NTT, dengan motif yang sering dihasilkan adalah dari pulau Timor, Flores, Sumba, Alor dan Lembata. Sedangkan untuk alat seperti benang, masing-masing UMKM menggunakan benang toko/katun, sulam, sutra, border dan masrain. Sedangkan untuk pewarna menggunakan 2 jenis pewarna yaitu pewarna toko/sintesis dan pewarna alami.
- h. Berdasarkan proses penjualan
Dalam proses penjualan, belum semua UMKM memiliki toko secara fisik sehingga untuk penjualan, dilakukan dengan penjualan langsung atau melalui pihak kedua. Namun dalam penentuan harga belum menerapkan kepentingan bisnis dan kepentingan konsumtif.
- i. Sistem penjualan online
Sebagai informasi apakah UMKM telah mengetahui informasi sistem penjualan online dan cara kerjanya, serta kesiapan untuk menggunakan penjualan dan pemasaran secara online.

Profil pelaku usaha tenun ikat yang dianalisis meliputi pendapatan UMKM, bahwa 73% memiliki omset >Rp. 50.000.000, 23% memiliki omset Rp. 40.000.000 dan 7% memiliki omset 30.000.000. Pendapatan ini didasarkan pada tenun yang dihasilkan, yaitu selendang, sarung/kain atau keduanya, aktivitas menenun serta kategori UMKM berdasarkan skala mikro, kecil dan menengah.

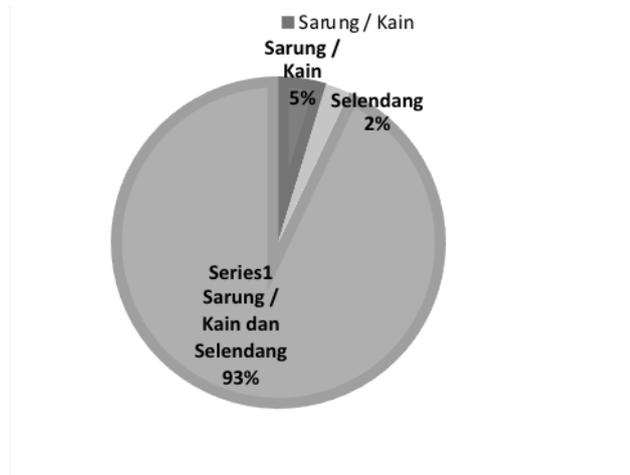


Gambar 1. Profil Usaha Tenun Ikat berdasarkan Aspek Penghasilan
Sumber: Olahan data primer tahun 2019



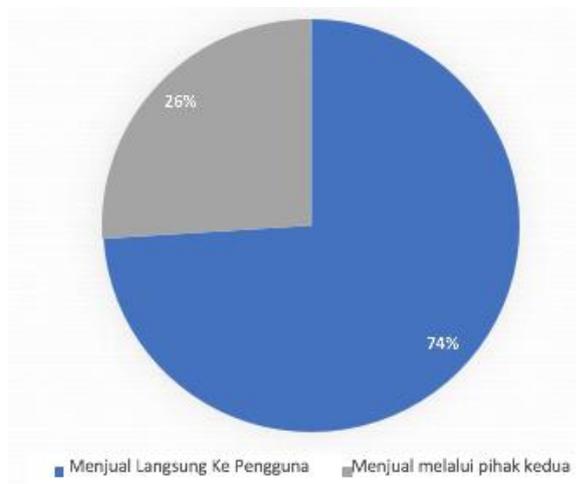
Gambar 2. Kategori UMKM
 Sumber: Olahan data primer tahun 2019

UMKM tenun ikat di Kota Kupang terbagi atas kategori mikro 15%, kecil 25% dan menengah 10%. Kategori berdasarkan tingkat penghasilan dan hasil produksi tenun ikat setiap harinya.



Gambar 3. Hasil Produk Tenun Ikat
 Sumber: Olahan data primer tahun 2019

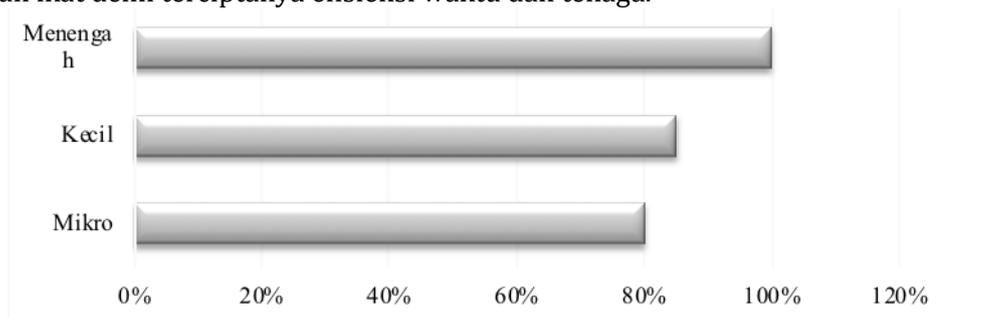
Dari keseluruhan UMKM, rata-rata 93% memproduksi tenun ikat jenis sarung/kain dan selendang, 5% memproduksi tenun ikat jenis sarung/kain dan 2% memproduksi tenun ikat jenis selendang. Konsentrasi dan fokus pemasaran masih terpusat di Kota Kupang sehingga tidak memiliki pangsa pasar yang luas sedangkan dalam perkembangan usaha khususnya di bidang perniagaan telah memasarkan di luar Kota Kupang sehingga memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu melakukan perluasan pangsa pasar di luar Kota Kupang baik di NTT maupun luar NTT dengan memanfaatkan teknologi digital yaitu *e-commerce*, yaitu proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk Internet. Hal ini dapat dilakukan dengan teknologi *smartphone*. Dari segi bisnis, internet telah menjadi kebutuhan pokok karena segala transaksi bisnis khususnya penjualan, sebagian besar dilakukan secara online.



Gambar 4. Proses Penjualan
Sumber: Olahan data primer tahun 2019

Metode penjualan yang dilakukan oleh UMKM adalah 74% mengatakan menjual langsung ke pengguna dan 26% menjual melalui pihak kedua. Penjualan yang dilakukan oleh UMKM sebagian besar menjual langsung ke pengguna dilakukan secara konvensional karena terbatasnya informasi pasar dan kurang terampil dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini menyebabkan UMKM hanya memproduksi dan menjual kepada pihak kenalan dan menunggu pesanan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat berkembang dengan cara memasarkan dan menjual secara mandiri tanpa harus menunggu pesanan dari pihak kenalan.

Berdasarkan hasil analisis data terhadap 82 UMKM tenun ikat, bahwa: 100% UMKM kategori Menengah, 85% UMKM kategori Kecil dan 80% UMKM kategori Kecil siap menerapkan teknologi digital *e-commerce* untuk pengembangan usaha agar dapat bertahan dan memiliki daya saing global. Teknologi digital tersebut akan digunakan oleh UMKM tenun ikat dalam pemasaran dan penjualan produk tenun ikat dengan target pasar yang lebih luas, serta kebutuhan manajemen penjualan. Sedangkan, 90% dari pengguna menyatakan bahwa siap menerapkan inovasi teknologi digital *e-commerce* untuk tenun ikat dalam bertransaksi jual-beli produk tenun ikat demi terciptanya efisiensi waktu dan tenaga.



Gambar 5. Kesiapan UMKM dalam penerapan *e-commerce*

Gambaran Umum Pengguna Tenun Ikat di Kota Kupang

Pengguna Tenun Ikat di Kota Kupang

- Tenun ikat merupakan kebutuhan bagi masyarakat Kota Kupang, karena selain digunakan untuk upacara adat istiadat, juga dijadikan sebagai "fashion".
- Masyarakat pada umumnya pernah membeli secara online, namun produk yang dibeli tidak langsung dari UMKM.
- Dalam proses pembelian secara online, masyarakat tidak mengalami kendala.

Pengguna tenun ikat yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, kelompok umur, kelompok pendidikan dan jenis pekerjaan. Masing-masing profil diuraikan sebagai berikut:

- Berdasarkan jenis kelamin

Tenun ikat digunakan oleh kaum laki-laki dan perempuan, karena tenun ikat merupakan kebutuhan setiap masyarakat yang membedakan hanya pada motif dan bentuk.

- Berdasarkan kelompok umur

Tenun ikat diminati dan digunakan oleh semua kalangan, sehingga pengelompokkan umur terbagi atas 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan 51-60 tahun.

c. Berdasarkan kelompok Pendidikan

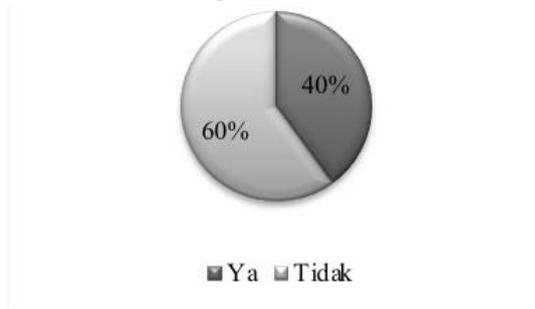
Pengguna tenun ikat di Kota Kupang berdasarkan kelompok pendidikan, didominasi oleh semua kelompok pendidikan mulai dari tamat SD karena tenun ikat telah menjadi kebutuhan masyarakat.

d. Berdasarkan jenis pekerjaan

Pengguna tenun ikat dibedakan atas jenis pekerjaan di sektor pemerintah dan swasta, karena tenun ikat digunakan sebagai pakaian dinas, acara formal dan sebagai cinderamata.



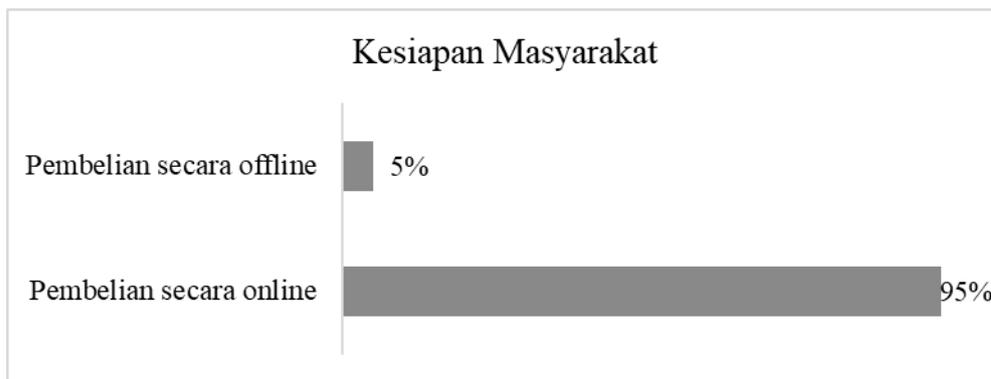
Gambar 6. Pembelian produk tenun ikat secara online



Gambar 7. Kendala dalam proses pembelian secara online

Sumber: Olahan data primer tahun 2019

Berdasarkan hasil kuisisioner yang diambil dari masyarakat Kota Kupang, 79% masyarakat pernah membeli secara online dan 60% mengatakan tidak pernah mengalami kendala dalam melakukan jual beli secara online. Hal ini menunjukkan masyarakat Kota Kupang sebagian besar telah memanfaatkan teknologi untuk membeli tenun ikat.



Gambar 8. Kesiapan Masyarakat dalam penerapan *e-commerce*

Berdasarkan hasil yang didapat pengguna tenun ikat 90% siap menerapkan inovasi teknologi digital *e-commerce* untuk tenun ikat, sehingga mentransaksi pembelian tenun ikat, sehingga menghemat waktu

KESIMPULAN

Profil UMKM tenun ikat di Kota Kupang 87,8% adalah kaum perempuan. Namun dengan perkembangan jaman dan kebutuhan, kaum laki-laki juga mulai menenun. Berdasarkan usia berada pada usia 26-32 tahun, 33-39 tahun dan 40-46 tahun. Tingkat pendidikan pelaku usaha tenun ikat rata-rata tamat Sekolah Dasar (SD) hingga tamat Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Usaha tenun ikat telah dijalankan selama 11-20 tahun ke atas. UMKM tenun ikat menghasilkan produk sarung/kain dan selendang, dengan rata-rata pengerjaan 1 bulan untuk sarung/kain dan 1 minggu untuk selendang. UMKM tenun ikat di Kota Kupang setiap harinya melakukan kegiatan menenun dengan motif tenun daerah yang paling sering dihasilkan adalah dari Pulau Timor dan Pulau Alor. Ditinjau dari jenis benang dan pewarna yang digunakan adalah benang took/katun dan pewarna toko/sintesis. Ditinjau dari proses penjualan, metode yang digunakan adalah menjual langsung ke masyarakat dan melalui pihak kedua. Ditinjau dari pengetahuan mengenai sistem penjualan online, UMKM tenun ikat pada dasarnya mengetahui informasi penjualan online namun karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, UMKM belum dapat memanfaatkannya. Berkaitan dengan hal ini UMKM tenun ikat menyatakan siap untuk belajar dan menerapkan sistem penjualan online.

Tenun ikat merupakan kebutuhan bagi masyarakat Kota Kupang, karena selain digunakan untuk upacara adat istiadat, juga dijadikan sebagai "fashion". Masyarakat pada umumnya pernah membeli secara online, namun produk yang dibeli tidak langsung dari UMKM. Dalam proses pembelian secara online, masyarakat tidak mengalami kendala. Berdasarkan hasil analisis data terhadap 82 UMKM tenun ikat, bahwa: 100% UMKM kategori Menengah, 85% UMKM kategori Kecil dan 80% UMKM kategori Kecil siap menerapkan teknologi digital *e-commerce* untuk pengembangan usaha agar dapat bertahan dan bersaing secara global. Teknologi digital tersebut akan digunakan oleh UMKM tenun ikat dalam pemasaran dan penjualan produk tenun ikat dengan target pasar yang lebih luas, serta kebutuhan manajemen penjualan. Sedangkan dari pengguna, 90% menyatakan bahwa siap menerapkan inovasi teknologi digital *e-commerce* untuk tenun ikat, sehingga mentransaksi pembelian tenun ikat, sehingga menghemat waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan disampaikan kepada Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Kupang yang telah mendukung dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada Kepala Badan dan seluruh staf yang terlibat dalam memberikan informasi terkait Sistem Inovasi Daerah, serta UMKM Tenun Ikat dan semua pihak yang terlibat atas kerjasama, kritik dan saran dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi, UMKM Kota Kupang. (2014). Buku Profil Usaha Mikro Kecil Menengah, Kota Kupang
- Badan Penelitian dan Pengembangan Pemerintah Kota Kupang. (2015). Kajian peningkatan Daya Saing Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Kupang
- Kalakota, R. and Whinston, A. B. (1997). *Electronic commerce : a manager's guide*, Addison- Wesley: Reading, Mass. ; Harlow, England
- Mamulak, N.M.R. (2016). "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Berbasis Web E-Commerce pada Nara Shop," in *Seminar Nasional Forum Dosen Indonesia dan Rapat Kerja Tahun 2016*, pp. AEK 22-16.
- Mamulak, N.M.R. (2015). "Rancang Bangun Sistem Informasi Motif-Motif Tenunan Daerah Nusa Tenggara Timur Menggunakan Pendekatan Unified Process," in *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, pp. 399-405.
- Mamulak, N.M.R, Dardana, P.I., Sooi, A.G., Siki, Y.C.H. (2018). "Pemanfaatan Teknologi Informasi E-Commerce Bagi Usaha Kecil Menengah Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur (NTT)," in *Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 1, ISSN: 2541-3805, pp. 19-28
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Walikota Kupang Nomor 26A Tahun 2016 tentang Roadmap Penguatan Sistem Inovasi Daerah Kota Kupang Tahun 2017-2021
- Purbo, Onno W. (2000). *Mengenal E-Commerce*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sudarmadji, P.W. (2016). Aplikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Promosi Tenun Ikat Kabupaten Timor Tengah Selatan, *Jurnal Ilmiah FLASH*, Vol. 2, No. 2, pp. 124-130
- Turban E., King D., Lee J., Warkentin M. and Chung H.M. (2002). *Electronic Commerce 2002 - A Managerial Perspective (Second edition)*. New York: Prentice Hall.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
www.kupangkota.go.id