

**ADOPSI INOVASI PENGGUNAAN *WEBSITE*  
*KAMPOENGCYBERDAYA.COM* OLEH PELAKU USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) DI KAMPOENG *CYBER* YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelas Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Oleh :

**Ruci Fela**

**NIM. 16720054**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ruci Fela

NIM : 16720054

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Alamat Rumah : Kp. Kubang Ngamprah RT. 03/RW. 04, Desa Sinagar,  
Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya.

Judul Skripsi : Adopsi Inovasi Penggunaan *Website* Oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini benar *asli* hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atas penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 15 September 2020

Yang Menyatakan,



Ruci Fela

NIM. 16720054

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-900/Un.02/DSH/PP.00.9/10/2020

Tugas Akhir dengan judul : ADOPSI INOVASI PENGGUNAAN WEBSITE KAMPOENGCYBERDAYA.COM  
OLEH PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI  
KAMPOENG CYBER YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RUCI FELA  
Nomor Induk Mahasiswa : 16720054  
Telah diujikan pada : Jumat, 18 September 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., P.hD.  
SIGNED

Valid ID: 5f8693f2e44de



Penguji I

Dr. Yayan Suryana, M.Ag  
SIGNED

Valid ID: 5f86942e93a02



Penguji II

Agus Saputro, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 5f8693701aa68



Yogyakarta, 18 September 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 5f869e4ab179d

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk, serta mengadakan perbaikan seperhunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ruci Fela

NIM : 16720054

Prodi : Sosiologi

Judul : Adopsi Inovasi Penggunaan Website *Kampoengcyberdaya.com*  
Oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di  
Kampoeng *Cyber* Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum yr.wb.*

Yogyakarta, 10 September 2020



Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D

**NIP. 19761210200801 2 008**



## MOTTO

“Teknologilah yang bisa memberikan dampak sosial yang besar bagi negara ini,  
bukan kebijakan atau policy.”

– Nadiem Makarim

“Orang yang sukses adalah orang yang selalu menciptakan hal-hal yang baru serta  
mencari cara untuk membuat peningkatan.”

– Mark Zuckerberg

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Keluarga:

Bapak (Totoy Tarya Wijaya)

Ibu (Tuti Rohayati)

Kakak (Hendra Wijaya)

Adik (Suryo Sukma Wijaya)

Semua pihak yang selalu memberikan dukungan dan semangat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Adopsi Inovasi Penggunaan *Website Kampoengcyberdaya.com* Oleh Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kampoeng *Cyber Yogyakarta*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tak lupa sholawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat baik secara moril maupun materil, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu skripsi ini hingga selesai terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin, M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mohammad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A., selaku Kaprodi Sosiologi.
4. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penasihat Akademik.
5. Ibu Ambar Sari Dewi S.Sos., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing selama proses penyusunan skripsi, dan memberikan ilmu, arahan, serta motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Segenap Dosen dan tenaga pengajar Prodi Sosiologi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Segenap TU Prodi Sosiologi beserta seluruh Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu dan melayani dengan baik dan sabar dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Ibu, Bapak, Kakak dan Adik tersayang, yang telah mendo'akan dan memeberikan dukungan selama penulis menuntut ilmu di Jogja.

9. Seluruh Keluarga besar di Jogja khususnya Teh Yayah, A Edih, Teh Rani, dan Om yang telah membantu, dan menjadi orang tua kedua selama penulis menuntut ilmu di Jogja.
10. Seluruh keluarga besar Kampong *Cyber*, khususnya Ketua RT 36 Kampung Taman sekaligus Koordinator Kampong Cyber Bapak Antonius Sasongko Wahyu Kusumo, S.Sn, dan Para Pelaku UMKM di Kampong *Cyber* yang telah membantu memberikan data kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Pelors (Dhita, Nina, Bintang, Dinda) yang telah menjadi sahabat seperjuangan dan selalu ada disegala cuaca. Terimakasih atas segala canda, tawa, sedih, bahagia yang telah kita lalui bersama.
12. Teman seimbang (Astutik, Nisfa, Metta, dan Sakti) yang saling membantu dan memberikan semangat.
13. Seluruh keluarga besar Sosiologi 2016 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menjadi teman berjuang dan berproses bersama selama duduk dibangku perkuliahan, serta semua pihak yang telah membantu pada penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Pada kesempatan ini, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun baik dari dosen pembimbing, dosen penguji, maupun teman-teman pembaca agar ke depannya lebih baik lagi.

Yogyakarta, 15 September 2020

Penulis,

Ruci Fela

NIM.16720054

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Tinjauan Pustaka .....	9
F. Landasan Teori .....	16
G. Metode Penelitian .....	30
H. Sistematika Pembahasan .....	39
BAB II PROFIL KAMPOENG CYBER .....	41
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	41
B. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
C. Profil UMKM Kampoeng Cyber .....	54
D. Profil Informan .....	57
BAB III DINAMIKA PENGGUNAAN WEBSITE OLEH PELAKU UMKM KAMPOENG CYBER .....	65
A. Proses Pengenalan Website Oleh Pelaku UMKM Kampoeng Cyber .....	65



B. Peningkatan Kemampuan Penggunaan Website Oleh Pelaku UMKM Kampoeng Cyber.....	68
C. Kendala Penggunaan Website Oleh Pelaku UMKM Kampoeng Cyber...	72
BAB IV ADOPTSI INOVASI DAN FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN WEBSITE KAMPOENGCYBERDAYA.COM.....	78
A. Kondisi Awal .....	78
B. Karakteristik Unit Pengambilan Keputusan.....	81
C. Karakteristik Inovasi .....	84
D. Tahapan Adopsi Inovasi Penggunaan Website oleh Pelaku UMKM .....	90
E. Faktor-Faktor Penghambat dan Pendorong Adopsi Inovasi Penggunaan <i>Website</i> Oleh Pelaku UMKM Kampoeng <i>Cyber</i> .....	96
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan .....	101
B. Kontribusi Penelitian.....	102
C. Keterbatasan Penelitian.....	103
D. Rekomendasi.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	109
Interview Guide.....	110
Literatur Review.....	112
Dokumen .....	127
CURRICULUM VITAE.....	133

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Tinjauan Pustaka .....	11
Tabel 2 Kekayaan UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet .....	33
Tabel 3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4 Tingkat Penduduk Berdasarkan Pendidikan .....	42
Tabel 5 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian .....	43
Tabel 6 Data Agama RT 36 .....	45
Tabel 7 Profil Informan.....	57
Tabel 8 Profil Informan.....	57
Tabel 9 Profil Informan.....	58
Tabel 10 Profil Informan.....	58
Tabel 11 Profil Informan.....	60
Tabel 12 Profil Informan.....	61
Tabel 13 Profil Informan.....	62
Tabel 14 Profil Informan.....	62
Tabel 15 Warga Berlangganan Internet .....	70
Tabel 16 Warga Tidak Berlangganan Internet.....	71
Tabel 17 Warga Berlangganan Internet Mandiri .....	71
Tabel 18 Cara Menerima Inovasi.....	89



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tugu Kampung <i>Cyber</i> .....	47
Gambar 2 Struktur Kepengurusan RT 36 .....	51
Gambar 3 Media Mural Kampung Cyber .....	52
Gambar 4 Profil <i>Website</i> UMKM <a href="http://kampungcyberdaya.com">kampungcyberdaya.com</a> .....	55
Gambar 5 Media Mural Kampung Cyber .....	121
Gambar 6 Beranda <i>website</i> <a href="http://kampungcyberdaya.com">kampungcyberdaya.com</a> .....	122
Gambar 7 Kegiatan Pelatihan Komputer .....	122
Gambar 8 Peta Wilayah dan Potensi Kampung Cyber .....	123
Gambar 9 Instalasi Jaringan Internet Kampung Cyber .....	123
Gambar 10 Observasi di Kampung Cyber .....	124
Gambar 11 Wawancara dengan Koordinator sekaligus Ketua RT 36 .....	124
Gambar 12 Wawancara dengan Pelaku UMKM Waroeng Lukis.....	124
Gambar 13 Wawancara dengan Pelaku UMKM Batik'E Lok Iwon.....	125
Gambar 14 Wawancara dengan Pengurus UMKM Kecamatan Keraton.....	125
Gambar 15 Wawancara dengan Kepala Dinas UKM Kota Yogyakarta.....	125
Gambar 16 Wawancara online dengan Para Pelaku UMKM Kampung Cyber	126



## ABSTRAK

Keberadaan teknologi informasi dalam lingkungan usaha menjadi suatu kebutuhan bagi setiap pelaku usaha guna mencapai efisiensi dan efektifitas. Salah satu upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM adalah dengan menerapkan teknologi informasi seperti penggunaan *website* yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Kampoeng Cyber bernama *www.kampoengcyberdaya.com*. *Website* ini memuat katalog produk dan informasi UMKM milik warga Kampoeng Cyber. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana tahapan adopsi inovasi dalam penggunaan *website* oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana adopsi inovasi dalam penggunaan *website* dan menjelaskan faktor pendorong dan faktor penghambat adopsi inovasi penggunaan *website kampoengcyberdaya.com* oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Difusi Inovasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumen. kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data secara interaktif model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah itu diuji menggunakan teknik Triangulasi Sumber.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat dinamika dalam proses adopsi inovasi penggunaan *website* oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber. *Pertama*, terdapat proses pengenalan *website* yang dilakukan oleh Ketua RT dan Koordinator Kampoeng Cyber kepada warga masyarakat RT 36. *Kedua*, peningkatan kemampuan penggunaan *website* oleh pelaku UMKM dengan cara mengikuti pelatihan dan belajar secara mandiri. *Ketiga*, terdapat kendala dalam penggunaan *website* oleh pelaku UMKM seperti kurangnya modal, dan sumber daya manusia yang mampu dan paham dalam mengelola *website*.

Berdasarkan hasil penelitian, proses adopsi inovasi penggunaan *website* oleh para pelaku UMKM di Kampoeng Cyber telah melalui lima tahapan yaitu tahap pengetahuan (*knowledge*), tahap persuasi (*persuasion*), tahap pengambilan keputusan (*decision*), tahap implementasi (*implementation*), dan tahap konfirmasi (*confirmation*). Para pelaku UMKM sebagai adopter telah melalui semua tahapan dalam adopsi penggunaan *website* yang pada akhirnya memutuskan untuk menerima dan menggunakan *website* tersebut disamping menggunakan perangkat lain untuk menunjang usaha mereka. Adapun proses yang dilalui oleh para pelaku UMKM dipengaruhi oleh faktor individu, meliputi *selective perception*, motivasi, dan kepercayaan, dan faktor sosial meliputi umur, jenis kelamin, tempat tinggal, agama, pendapatan, dan pekerjaan.

**Kata Kunci** : difusi inovasi, adopsi inovasi, UMKM, Kampoeng Cyber.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat berpengaruh keberadaannya terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia yang sering dikaitkan dengan permasalahan ekonomi dan sosial seperti meningkatnya jumlah kemiskinan, pengangguran, pendidikan yang rendah, kesenjangan dalam distribusi pendapatan, masalah pembangunan yang belum merata di wilayah kota dan desa hingga permasalahan perpindahan penduduk dengan berbagai akibat. Keberadaan UMKM di Indonesia selalu dikaitkan pada usaha pemerintah dalam menanggulangi masalah kemiskinan, pengangguran, serta pemerataan pendapatan. Maka dari itu, kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia dianggap sebagai kebijakan untuk proses penciptaan lapangan kerja, penurunan jumlah kemiskinan, dan redistribusi pendapatan.

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM merupakan suatu faktor dalam pertumbuhan ekonomi salah satunya di Indonesia. Secara khusus pada dinamika dan kinerja ekonomi yang baik serta tingkat pertumbuhan PDB yang tinggi di negara-negara Asia Timur dan Tenggara seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan yang lebih dikenal dengan sebutan *Newly Industrializing Countries* (NICs) menjelaskan bahwa di negara tersebut telah memiliki kinerja UMKM yang sangat produktif, efisien, serta mempunyai daya saing global yang cukup tinggi.



UMKM di negara tersebut sangat responsif terhadap kebijakan pemerintah dalam upaya peningkatan serta pembangunan pertumbuhan ekonomi dengan tujuan dapat mengekspor produknya secara lebih luas.<sup>1</sup>

Di Indonesia keberadaan UMKM sangat penting jika dilihat dari jumlah unitnya yang banyak dan berada pada sektor ekonomi dan keterlibatannya terhadap penciptaan lapangan kerja, dan sebagai sumber penghasilan bagi rumah tangga dengan penghasilan yang rendah. Menurut data dari Menteri Negara Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah (Menekop dan PKM) menjelaskan pada tahun 2000, terdapat 38.99% juta Usaha Kecil dengan rata-rata penjualan per tahun kurang dari Rp. 1 miliar, atau 99.85% dari jumlah perusahaan yang terdapat di Indonesia. Pada tahun itu juga terdapat 66.061 perusahaan Usaha Menengah dengan rata-rata penghasilan per tahun lebih dari Rp. 1 miliar dan kurang dari 50 miliar, atau sebesar 0.14% dari jumlah unit usaha.<sup>2</sup>

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada kompetisi dan daya saing dalam dunia bisnis yang sangat kompleks. Maka dari karena itu, peranan Teknologi Informasi dilingkungan usaha menjadi suatu kebutuhan guna mencapai efisiensi dan efektifitas bagi para pelaku usaha. Adapun upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM yaitu dengan menerapkan teknologi informasi disetiap bidang usaha, sehingga dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Dengan begitu akan ada kemudahan yang dicapai dalam berbagai

---

<sup>1</sup> Tulus T.H Tambunan, *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Beberapa Isu Penting* (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2002). hlm. 19.

<sup>2</sup> Ibid. hlm. 19.

usaha dan bisnis, karena teknologi informasi telah memenuhi kebutuhan informasi bagi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat, akurat dan relevan.<sup>3</sup>

Teknologi informasi seperti internet berkembang pesat dan meluas hingga ke pelosok dunia. Kehadiran internet atau *International Networking* merupakan suatu jaringan dari adanya perkembangan teknologi informasi yang telah terhubung dengan penggabungan teknologi komputer, dan telekomunikasi, sehingga dapat terbentuk dan menjangkau jarak yang sangat jauh hingga ke berbagai lintas negara.<sup>4</sup>

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa perkembangan penduduk di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2035. Jumlah tersebut diperkirakan akan mencapai 305.6 juta jiwa dan 70% diantaranya berada pada usia produktif. Berdasarkan Kementerian Komunikasi dan Informatika menjelaskan bahwa pengguna internet usia 17-32 tahun mencapai 112.6 juta jiwa. Dengan demikian bahwa penduduk di Indonesia merupakan mayoritas pengguna internet.<sup>5</sup>

Selain itu menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop dan UMKM) menjelaskan bahwa terdapat 3.79 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memanfaatkan *platform online* dalam

---

<sup>3</sup> Andimi Hana' Syarifah dan Fauziyah, "Pengaruh Adopsi Teknologi Informasi Pada Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah," *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 8, Nomor 2, (2017). hlm. 182.

<sup>4</sup> Hastha Dewa Putranta, *Pengantar Sistem Dan Teknologi Informasi* (Yogyakarta: AMUS, 2004). hlm. 172.

<sup>5</sup> Ayu Yuliani, "Pandai Memanfaatkan Teknologi Digital" [https://kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan_media) (accessed 21 Februari 2020, 07.30 wib).

kegiatan usahanya. Jumlah ini terdapat sekitar 8% dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia yaitu sebanyak 59.2 juta. Dalam meningkatkan jumlah pelaku UMKM dengan memanfaatkan *platform online*, maka Kementerian Koperasi dan UMKM serta Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku *e-commerce* menciptakan program bertajuk 8 juta UMKM *Go Online*. Dengan kerjasama tersebut, pemerintah berharap hal itu dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital.<sup>6</sup>

Pada saat ini keberadaan UMKM telah menjadi bagian penting sebagai penggerak dalam perekonomian khususnya di wilayah Yogyakarta. Karena berdasarkan provinsi pada tahun 2015 jumlah Industri Mikro dan Kecil di DIY terdapat 52.907 Industri Mikro, dan 4.758 Industri Kecil.<sup>7</sup> Selain itu, berdasarkan data Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi Kota Yogyakarta pada tahun 2019 menyebutkan bahwa terdapat sekitar 20.243 UMKM yang ada di Kota Yogyakarta.<sup>8</sup> Hal ini yang menjadi alasan penulis memilih Yogyakarta sebagai lokasi penelitian. Yogyakarta sebagai kota pendidikan, kota budaya dan kota wisata, juga terdapat UMKM dalam berbagai bidang misalnya manufaktur, retail, jasa, dan lain sebagainya. Yogyakarta juga menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi masyarakat luar, karena selain dengan keberadaan UMKM yang banyak juga adanya berbagai industri kreatif seperti kerajinan perak di daerah

---

<sup>6</sup> Ayu Yuliani, "Kemenkop Ukm: 3,79 Juta Umkm Sudah Go Online" [https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media) (accessed 20 Februari 2020, 16.00 wib).

<sup>7</sup> "Jumlah Perusahaan Industri Kecil Dan Industri Menengah Berdasarkan Provinsi" <https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/11/22/1004/jumlah-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi-2013-2015.html> (accessed 20 Februari 2020, 17.36 wib).

<sup>8</sup> S.H. Burihari Wulandari, M.A., "Hasil Wawancara Dengan Kepala Bidang Usaha Mikro," (12 Agustus 2020). (12 Agustus 2020)

Kotagede, gerabah dan souvenir di Kasongan, geblek renteng di Kulonprogo dan lain sebagainya yang menjadi suatu ciri khas pada daerah tertentu.

Salah satu UMKM yang akan penulis teliti yaitu UMKM yang di inisiasi oleh warga Kampoeng *Cyber* Yogyakarta yang bekerjasama dengan salah satu web *agency* milik perusahaan penyedia *web-hosting*, yaitu Niagahoster di mana mereka meluncurkan laman etalase bisnis bersama pada 10 Mei 2019. Hal tersebut dilatarbelakangi karena beberapa warga di sana telah memiliki usaha atau bisnis keluarga yang unik dan khas Kota Yogyakarta seperti Batik Tulis, dan Batik Lukis. Oleh karena itu, tercetus ide untuk membuat sebuah *Website* Etalase Bisnis Bersama Kampoeng *Cyber* bernama *www.kampoengcyberdaya.com* yang di dalamnya memuat katalog produk dan informasi UMKM milik para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber*.<sup>9</sup> Selain itu, dengan adanya web etalase bisnis bersama warga RT 36 Kampoeng *Cyber* diberikan kemudahan dalam mengakses internet untuk mencari berbagai macam kebutuhan, juga sebagai salah satu penunjang aktivitas jual beli *online*, seperti para pelaku usaha di Kampoeng *Cyber* dengan memasarkan produk berupa pakaian, kaos, batik, kerajinan dan lain sebagainya.

Kampoeng *Cyber* merupakan salah satu kampung yang terkenal dengan internet, di mana pada tahun 2009 masyarakat disana digalakkan untuk melekat terhadap teknologi. Selain terkenal dengan kampung internet, kampung ini juga

---

<sup>9</sup> Wahyu Setiawan Nugroho, "Kampoeng Cyber Luncurkan Etalase Bisnis Online, Pasarkan Produk Rumahan Milik Warga

" <https://jogja.tribunnews.com/2019/05/11/kampung-cyber-yogyakarta-luncurkan-etalase-bisnis-online-pasarkan-produk-rumahan-milik-warga> (accessed 20 Februari 2020, 18.00 wib).

terkenal dengan kampung budaya di mana letaknya yang berdekatan dengan lingkungan Keraton Yogyakarta yang didalamnya masih mengagungkan nilai-nilai budaya yang masih tradisional. Seperti identitas yang pernah di pakai oleh Kampoeng *Cyber* yaitu sebagai “Kampung yang sadar Budaya, Teknologi, dan Lingkungan” yang berarti bahwa walaupun masyarakat disana sudah melek terhadap teknologi, tetapi mereka tidak meninggalkan budaya jawa yang sudah melekat di masyarakat. Hal ini tentu dapat dilihat dari mural-mural yang ada di Kampoeng *Cyber* dengan tema budaya dan teknologi.<sup>10</sup>

Keberadaan teknologi seperti internet di Kampoeng *Cyber* menjadi sebuah inovasi bagi masyarakat. Internet merupakan bagian dari proses adopsi inovasi di mana masyarakat pada kampung ini telah digalakkan untuk terus mengikuti arus informasi global dan menghadirkan teknologi informasi, sehingga masyarakat yang latar belakang kehidupannya masih mengalami ketertinggalan dalam kecanggihan teknologi informasi mampu eksis berdiri sebagai masyarakat yang melek terhadap teknologi. Hal ini yang menjadi fokus penelitian penulis di mana masyarakat yang telah menggunakan akses internet dapat mengadopsi kehadiran teknologi informasi untuk dimanfaatkan sebagai alat penunjang dalam kegiatan jual beli *online* melalui *web* etalase bisnis bersama di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta.

Kampung *Cyber* merupakan sebutan untuk sebuah kampung yang telah menerapkan pembuatan akses internet di setiap rumah, di mana di kampung ini

---

<sup>10</sup> S.Sn Antonius Sasongko “Hasil wawancara dengan Ketua RT 36 Kampoeng *Cyber*”, (29 September 2020)



khususnya di RT 36 semua warga sudah mempunyai akses internet yang terhubung melalui jaringan (kabel) yang terpasang dari rumah ke rumah.<sup>11</sup>

Sebutan Kampung *Cyber* untuk Kampung Taman RT 36 Patehan Kraton Yogyakarta bukan hanya sebatas slogan bagi warga kampung RT 36 yang melek teknologi, akan tetapi sebagai identitas kampung yang berada di sekitar kampung Taman.<sup>12</sup>

Kampung *Cyber* adalah salah satu program yang dimiliki oleh RT 36 Taman Patehan Kraton Yogyakarta, program tersebut dapat diartikan sebagai program pemberdayaan masyarakat dan pengembangan potensi wilayah melalui teknologi informasi. Karena tujuan dari program pemberdayaan masyarakat ini adalah bisa menjadikan internet bernilai dan bermanfaat untuk hal-hal yang positif maupun produktif, akan tetapi tidak hanya terbatas pada itu saja, di Kampung *Cyber* juga terdapat misi sosial yang berbasis kampung sehingga semua wajib untuk mengelolanya.<sup>13</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis sampaikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

Bagaimana adopsi inovasi dalam penggunaan *website kampoengCyberdaya.com* oleh pelaku UMKM Kampung *Cyber* Yogyakarta?

---

<sup>11</sup> S.Sn Antonius Sasongko Wahyu Kusumo, "Hasil Wawancara Dengan Koordinator Sekaligus Ketua Rt 36," (16 Oktober 2019).

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibid.*

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana tahapan pengambilan keputusan mengadopsi inovasi *website* [www.kampoengcyberdaya.com](http://www.kampoengcyberdaya.com) oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber Yogyakarta.
2. Menjelaskan faktor penghambat dan faktor pendorong adopsi inovasi penggunaan *website* [www.kampoengcyberdaya.com](http://www.kampoengcyberdaya.com) oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian di harapkan dapat memberi sumbangan keilmuan dan tambahan kajian mengenai Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) penggunaan *website* khususnya adopsi inovasi dalam lingkup kajian Sosiologi Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah koleksi perpustakaan dan referensi karya ilmiah bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berkepentingan guna mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan, serta wawasan mengenai adopsi inovasi dalam lingkup kajian Sosiologi Komunikasi.

b. Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Hasil penelitian diharapkan bisa mendorong kesadaran pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) agar dapat meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi pasar global dan kondisi industri yang terus berubah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan informasi dan menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya baik yang berkaitan dengan adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ataupun penelitian yang lebih luas.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian mengenai adopsi inovasi teknologi informasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya. Akan tetapi pembahasan pada penelitian ini akan fokus pada fokus yang berbeda. Penelitian sebelumnya banyak membahas tentang aspek komunikasi, Manajemen Bisnis, Sistem Informasi, Teknik Informatika dan lain sebagainya.

Berdasarkan literatur yang telah penulis baca dan temukan sebanyak 30 literatur yang berdasarkan pada jurnal, skripsi, dan hasil penelitian terdahulu, bahwa penelitian dengan tema yang serupa akan penulis cantumkan menjadi lima model kajian yaitu mengenai Adopsi Inovasi *Cyber Village*, Analisis Teknologi,

Organisasional, dan Lingkungan terhadap Adopsi TIK pada UMKM, Analisis Pengaruh *Innovative Characteristic and Barriers* terhadap Adopsi TIK berbasis Internet, Adopsi Teknologi Informasi oleh UMKM Kota Batam dan Adopsi Teknologi Informasi oleh UMKM di Indonesia.

Tabel 1. Hasil Tinjauan Pustaka

No	Kategori	Keterangan	Jumlah
1	Fokus Penelitian	Adopsi TI oleh UMKM	10
		Pemanfaatan TIK pada UMKM	5
		Adopsi <i>E-Commerce</i>	8
		Analisis pengaruh <i>innovative characteristic</i> dan <i>barriers</i> terhadap adopsi TIK berbasis internet	1
		Strategi Pengembangan UMKM	2
		Pemberdayaan UMKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya	1
		Kesiapan Digital Masyarakat Kampung Adat Naga Pada Pelaksanaan <i>One Village One Product</i>	1
		Strategi Adopsi Teknologi Informasi Berbasis Cloud Computing Untuk UMKM	2
		Total	
2	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif	9
		Kuantitatif	6
		Kuantitatif <i>Explanatory</i>	1
		Deskriptif Kasual	1
		Deskriptif <i>Explanatory</i>	1
		Survey	2
		<i>Operational Expenditure (OpEx)</i>	2
		Pelatihan	1
		Ceramah, Demonstrasi	1
		Diskusi	1
		Tidak mencantumkan Metode Penelitian	5
		Total	
3	Teori	Difusi Inovasi	5
		TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> )	5

		Pemberdayaan	1
		Tidak mencantumkan Teori	21
		Total	30
4	Sumber	Jurnal	16
		Skripsi	4
		Hasil Penelitian	10
		Total	30

Sumber: Olahan Penulis

Kajian yang secara khusus mengkaji Adopsi Inovasi terdapat dalam tulisan Farah Dwi Kania Nur Haida mengenai Adopsi Inovasi *Cyber Village* sebagai fasilitas internet desa.<sup>14</sup> Penelitian Ini berfokus pada berawalnya keresahan para remaja yang kesulitan pada jaringan internet. Hal ini mendorong kepala Desa disana membentuk kampung internet. Sehingga tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui bagaimana proses difusi inovasi, adopsi inovasi dan faktor yang berpengaruh terhadap adopsi jaringan *wifi* di Desa Campurejo.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara, dokumentasi kemudian di analisis menggunakan model analisis interaktif dan di uji melalui Triangulasi Sumber. Adapun teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* dan menggunakan teori difusi inovasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa proses difusi inovasi sesuai dengan teori yang digunakan. Keberadaan *Cyber Village* adalah suatu inovasi yang diperlukam oleh remaja di Desa tersebut. Proses penyebaran inovasi menggunakan saluran komunikasi interpersonal, di mana para remaja disana

---

<sup>14</sup> Farah Dwi Kania Nur Haida, "Difusi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Sebagai Fasilitas Internet Desa (Studi Deskriptif Kualitatif Difusi Inovasi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Pada Remaja Di Desa Campurejo, Kecamatan Tretep, Kabupaten Temanggung)" (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, 2017).



hanya butuh waktu sekitar satu sampai dua bulan sebelum memutuskan untuk mengadopsi suatu inovasi.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, dan teori yang digunakan. Adapun perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, di mana subjek dalam penelitian yang akan penulis lakukan yaitu adopsi inovasi penggunaan *website* dan objek penelitiannya yaitu pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta.

Penelitian mengenai analisis adopsi TIK pada UMKM di Kota Bandung yang dilakukan oleh Sunu Puguh Hayu Triono dan Aditya Yudanegara<sup>15</sup> dengan fokus penelitian yaitu bagaimana UMKM menjadi dasar bagi kemandirian ekonomi Indonesia yang pada saat ini menghadapi tantangan yaitu pada tahun 2015 diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dengan era industry 4.0. Oleh karena itu, perlu adanya jalan keluar guna menjawab tantangan tersebut dengan adopsi teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan berbisnis. Penelitian ini bertujuan bagaimana analisis pengaruh teknologi, organisasional dan lingkungan terhadap adopsi TIK pada UMKM. Pendekatan dalam penelitian ini penelitian kuantitatif dengan desain penelitian explanatory untuk mencari hubungan kausal antar variable. Adapun objeknya yaitu di Sentra Rajut Binongjati Kota Bandung dengan penentuan sample menggunakan metode *convenient* dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Adapun hasil

---

<sup>15</sup> Sunu Puguh Hayu Triono dan Aditya Yudanegara, "Analisis Teknologi, Organisasional, Dan Lingkungan Terhadap Adopsi Tik Pada Umkm Di Kota Bandung " *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Volume IX Nomor 1, (April 2019).

dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari adanya adopsi TIK dalam UMKM.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada fokus penelitian tentang adopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk kegiatan berbisnis oleh UMKM. Namun terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu terletak pada objek penelitian dan pendekatan penelitian, di mana pendekatan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu deskriptif kualitatif.

Adapun penelitian dengan tema analisis pengaruh *innovative characteristic and barriers* terhadap adopsi TIK berbasis internet oleh Mesyi Amelia Girsang.<sup>16</sup> Penelitian ini dilatar belakangi karena sekitar 56,4 juta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan bisnisnya melalui teknologi informasi hanya 30-40%. Dalam hal ini pelaku UMKM di Indonesia sedang berhadapan dengan situasi di mana masih sedikit dari mereka yang menggunakan internet dalam bisnisnya. Adapun fokus dalam penelitian ini yaitu bagaimana adopsi teknologi informasi dan pengaruh *innovative characteristic and barriers* oleh UMKM Batik pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data regresi linier berganda, dan pengambilan sampel melalui *convenient sampling* dengan jumlah sampel sebesar 47 UMKM.

---

<sup>16</sup> Mesyi Amelia Girsang, "Analisis Pengaruh *Innovative Characteristic Dan Barriers* Terhadap Adopsi Tik Berbasis Internet (Studi Umkm Batik Pada Kampung Batik Kauman Dan Pesindon Kota Pekalongan) " *Jurnal eProceedings of Management* Volume 1 Nomor 3, (2014).

Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Roger menjadi bagian dalam penelitian ini di mana hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kategori inovasi dan hambatan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat keputusan adopsi dengan  $f$  hitung (12,953) lebih besar dari  $f$  table 3,21. Nilai koefisien determinasi sebesar 37,1% menjelaskan bahwa kategori inovasi dan hambatan bisa berpengaruh terhadap keputusan adopsi TIK berbasis internet sebesar 37,1%. Hasil uji  $t$  menjelaskan bahwa kategori inovasi dan hambatan sangat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan adopsi TIK.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada penggunaan teori difusi inovasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian, di mana pendekatan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu deskriptif kualitatif.

Selanjutnya penelitian yang membahas adopsi teknologi informasi oleh UMKM di Kota Batam oleh Steffi Adam, Muhammad Taufik Syastra dan Alresqi Wahyuni.<sup>17</sup> Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran strategis oleh UMKM pada perekonomian negara/dunia. Oleh karena itu, UMKM harus mempunyai daya saing tinggi supaya bisa bertahan. Hal ini juga didukung dengan terbitnya Peraturan Daerah (Perda) Kota Batam Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pembangunan Daerah Berbasis Daya Saing Melalui Inovasi dan Kompetensi. Upaya untuk meningkatkan daya saing adalah dengan mengadopsi teknologi informasi. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu bagaimana adopsi teknologi

---

<sup>17</sup> Muhammad Taufik Syastra dan Alresqi Wahyuni Steffi Adam, "Adopsi Teknologi Informasi Oleh Ukm Di Kota Batam," *Seminar Nasional Universitas Pasir Pengaraian*, (2016).

informasi dan kendala yang dihadapi oleh UMKM Kota Batam. Hasil penelitian yaitu adopsi teknologi informasi pada UMKM di Kota Batam masih rendah, dan terdapat kendala biaya untuk menunjang perangkat teknologi informasi. Oleh karena itu dibutuhkan peran dari pemerintah seperti memberi bantuan berupa perangkat teknologi informasi yang tepat guna, memberikan pelatihan terkait penggunaan teknologi informasi guna menciptakan UMKM yang mampu berdaya saing tinggi.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada penggunaan teori difusi inovasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, di mana subjek penelitian penulis yaitu difusi inovasi penggunaan *website* dan objek penelitiannya pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta.

Kemudian penelitian dengan tema adopsi teknologi informasi oleh UMKM di Indonesia oleh Fathul Wahid, dan Lizda Iswari.<sup>18</sup> Penelitian ini dilatar belakangi oleh berubahnya peta bisnis dunia karena perkembangan teknologi informasi. Adapun fokus dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana adopsi teknologi informasi oleh UMKM di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan explanatory dengan penentuan sampel menggunakan metode *convenient sampling*. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi TIK masih rendah dan terdapat penghambat seperti belum adanya kebutuhan terhadap TI guna mendukung proses bisnis dan kurangnya dukungan

---

<sup>18</sup> Fathul Wahid dan Lizda Iswari, "Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil Menengah Di Indonesia," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2007)*, (2007).

finansial. UMKM yang menggunakan teknologi informasi pun masih pada tahapan operasional dan oportunistik, serta belum sampai pada tingkatan strategis.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu terletak pada teori yang digunakan dan fokus penelitian yaitu pada adopsi teknologi informasi oleh UMKM. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian, di mana penulis menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif.

Dari beberapa model kajian penelitian yang telah penulis baca dan temukan, penulis belum menemukan riset yang spesifik membahas mengenai adopsi inovasi penggunaan *website* oleh pelaku UMKM. Adapun dalam penelitian ini penulis menempatkan posisi untuk mengembangkan dan melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya mengenai adopsi inovasi penggunaan *website* oleh pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta.

#### **F. Landasan Teori**

Teori merupakan pemahaman utuh dan mendalam atas kejadian yang berulang. Pada dasarnya teori memiliki kesamaan dengan generalisasi, yaitu merupakan kesimpulan umum yang ditarik berdasarkan hal-hal khusus (induksi). Keduanya menggambarkan makna pola hubungan konsep atau variable, yang merupakan komponen dasar dari teori yang telah teruji. Tetapi keduanya ada



perbedaan, antara lain teori bisa digunakan untuk menjelaskan sekaligus meramal kejadian di masa datang dengan dasar asumsi yang sama.<sup>19</sup>

Untuk menganalisis dan menelaah secara mendalam mengenai adopsi inovasi penggunaan *website kampoengCyberdaya.com* oleh pelaku UMKM di Kampoeng Cyber Yogyakarta, maka penulis menggunakan teori “Difusi Inovasi”.

## **1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

### **a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Di Indonesia terdapat beberapa departemen dan lembaga pemerintah non-departemen yang terlibat secara langsung dalam merumuskan kebijakan perkembangan UMKM dan implementasinya.<sup>20</sup> Pada UU No. 9/1999 menetapkan bahwa usaha kecil merupakan unit usaha yang memiliki nilai asset neto (tidak termasuk tanah dan bangunan) yang tidak melebihi Rp. 200 juta, atau penjualan per tahun tidak lebih dari 1 miliar. Sedangkan, menurut Inpres No. 9/1999 tersebut, usaha menengah adalah suatu unit usaha dengan nilai asset neto (di luar tanah dan gedung) antara Rp. 200 juta hingga Rp. 10 miliar, dan di atas itu adalah Usaha Besar.<sup>21</sup>

Awalil Rizky dalam buku Euis Amalia menjelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha informal yang memiliki modal, aset, dan omset yang sangat kecil. Adapun karakteristik lain ialah jenis komoditi usaha yang selalu berganti, tempat

---

<sup>19</sup> Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014). hlm. 11.

<sup>20</sup> Tambunan. hlm. 49.

<sup>21</sup> *Ibid.* hlm. 49.

usaha tidak menetap, tidak mempunyai legalitas usaha dan pada umumnya tidak bisa dilayani oleh perbankan.<sup>22</sup> Akan tetapi, pengertian dari sektor Usaha Mikro menurut SK Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 ialah usaha produktif milik keluarga atau perorangan WNI dan memiliki hasil penjualan sebanyak Rp. 100 juta per tahun serta dapat mengajukan kredit kepada bank sebanyak Rp. 50 juta.<sup>23</sup>

Sedangkan usaha kecil berdasarkan UU No. 9 Tahun 1995 memiliki pengertian bahwa berbagai macam kegiatan ekonomi masyarakat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan seperti telah diatur pada undang-undang ini. Adapun kriteria Usaha Kecil menurut undang-undang ini yaitu:

- a. Memiliki kekayaan bersih sebanyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan sebanyak Rp. 1.000.000.000
- c. Milik Warga Negara Indonesia.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
- e. Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi (Pasal 5 Ayat 1).<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran Lkm Dan Ukm Di Indonesia* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009).hlm 41-42.

<sup>23</sup> *Ibid.*hlm. 42.

<sup>24</sup> *Ibid.* hlm. 43.

Menurut Departemen keuangan menjelaskan bahwa terdapat kriteria khusus terkait Usaha Kecil yang terdapat dalam Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 316/KMK.616/1994 yakni Tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Keputusan tersebut telah membahas apa yang dimaksud dengan Usaha Kecil yang selanjutnya diberi pengertian sebagai berikut: “perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan usaha dengan omzet per tahun setinggi-tingginya Rp. 600 juta”.<sup>25</sup>

Pengertian lain disampaikan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) bahwa standar usaha kecil dan menengah yaitu mempunyai karyawan kurang dari 30 orang, mempunyai aset kurang dari Rp. 250 juta, dan mempunyai nilai penjualan kurang dari Rp. 100 juta.<sup>26</sup> Sedangkan menurut Abd. Rachman S dan Titik S. Partomo dalam buku Euis Amalia menyebutkan bahwa kategori umum usaha kecil dan menengah pada umumnya sama, yaitu:

- a. Memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana
- b. Tidak memiliki staf yang berlebihan
- c. Terdapat bagian kerja yang kendur
- d. Memiliki kedudukan manajerial yang rendah
- e. Memiliki aktivitas yang sedikit formal dalam menggunakan perencanaan

---

<sup>25</sup> *Ibid.* hlm. 43.

<sup>26</sup> *Ibid.* hlm. 45.

f. Tidak dapat membedakan antara urusan pribadi dan perusahaan.

## **b. Jenis-Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Soetrisno P.H yang diambil oleh Edilius dkk dalam buku Euis Amalia bahwa jenis-jenis Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia jika dilihat dari segi kelembagaan ekonomi sektoral terdiri dari: 1) Sektor Swasta 2) Sektor Koperasi dan 3) Sektor Negara yang terdiri dari Perseroan Komanditer, Perseroan Terbatas, Usaha Perorangan, Perusahaan Internasional dan Firma.

Apabila dilihat dari bentuk produksinya, maka terdiri dari: 1) Perusahaan Niaga 2) Perusahaan Agribisnis 3) Perusahaan Jasa 4) Perusahaan Ekstraktif 5) Perusahaan Kredit dan 6) Perusahaan Industri.

Sedangkan jika dilihat dari tanggung jawabnya, yaitu tanggungjawab pemilik usaha terhadap utang-piutang perusahaan, yaitu:

1. Perusahaan dengan pemilik yang sepenuhnya bertanggung jawab terhadap utang perusahaan, seperti perusahaan perorangan dan firma.
2. Perusahaan dengan pemilik yang tidak sepenuhnya bertanggung jawab terhadap utang perusahaan, seperti perseroan terbatas.<sup>27</sup>

## **2. Pengertian Inovasi**

Kata inovasi berasal dari kata Latin yaitu "*innovation*" yang artinya pembaruan dan perubahan. Inovasi juga mempunyai pengertian sebagai sebuah proses atau hasil dari adanya pemanfaatan dan pengembangan serta mobilisasi pengetahuan, keterampilan dalam hal teknologis dan berupa pengalaman guna menciptakan atau memperbaiki suatu produk (barang/jasa), seperti sebuah

---

<sup>27</sup> *Ibid.* hlm. 47.

proses, sistem yang baru, di mana dapat memberikan nilai yang berarti dan signifikan terutama dalam hal ekonomi dan sosial.<sup>28</sup>

Inovasi merupakan suatu objek yang mempunyai pengertian sebagai suatu praktik atau produk baru yang tersedia, terutama pada konteks komersial. Hal ini berarti berbagai tingkat pembaharuan yang bisa menjadi perbedaan, tergantung pada konteksnya. Sebuah inovasi juga bersifat baru bagi masyarakat, perusahaan, pasar, daerah, negara bahkan secara global. Inovasi juga dapat disebut sebagai suatu perubahan baru yang menuju kearah yang lebih baik, berbeda dari yang telah ada sebelumnya, dilakukan secara sengaja, terencana, serta tidak secara kebetulan.

Menurut UU No. 18 Tahun 2002, pengertian inovasi merupakan suatu kegiatan berupa penelitian, pengembangan, atau perekayasaan dengan tujuan mengembangkan penerapan nilai praktis dalam konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.<sup>29</sup>

### **3. Difusi Inovasi**

#### **a. Pengertian Difusi Inovasi**

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi di mana untuk teori ini memiliki tujuan melihat perubahan masyarakat melalui penyebaran dan penerimaan ide dan hal yang baru. Kajian difusi membahas pesan berupa ide

---

<sup>28</sup> Widianti,

[http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/8318/06bab2\\_widianti\\_10090312097\\_skr\\_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/8318/06bab2_widianti_10090312097_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y).

<sup>29</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi.

ataupun gagasan yang baru.<sup>30</sup> Pada setiap gagasan-gagasan yang baru akan menghasilkan jawaban yang berbeda di masyarakat. Menurut Katz ia menjelaskan bahwa pengertian difusi yaitu “proses penyebaran suatu gagasan dengan praktik baru, yang dilakukan secara terus-menerus, melalui saluran dan struktur sosial tertentu seperti terjadi pada lingkungan masyarakat, sebuah pabrik, dan di berbagai suku”.<sup>31</sup>

Difusi inovasi menjadi suatu fenomena pada masyarakat yang berproses bersama melalui perubahan sosial yang terjadi. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap yang lainnya. Dengan demikian suatu inovasi dapat menjadikan masyarakat berubah, dan perubahan inilah yang membuat hal baru terjadi di masyarakat. Menurut Nasution di dalam bukunya ia menjelaskan sebuah inovasi ialah proses terjadinya perubahan sosial yang diperkenalkan maupun dimasukan hal, gagasan dan ide yang baru.<sup>32</sup>

Penjelasan di atas sejalan dengan pendapat Gabriel Trade di mana difusi inovasi merupakan sebuah pengertian dasar dari adanya perubahan perilaku manusia. Difusi inovasi juga menekankan pada terjadinya perubahan tingkah laku yang nyata di mana seseorang akan menolak atau menerima ide baru daripada hanya sebatas perubahan pada sikap dan pengetahuan tertentu. Dalam difusi, suatu inovasi dianggap sebagai suatu yang penting karena terdapat informasi yang akan

---

<sup>30</sup> Zulkarimen Nasution, *Komunikasi Pembangunan : Pengenalan Teori Dan Penerapannya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996). hlm. 122-123.

<sup>31</sup> Rochajat Harun dan Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012). hlm. 123.

<sup>32</sup> Nasution. hlm. 123.



diterima oleh masyarakat dalam proses komunikasi ataupun melalui berbagai kegiatan yang mempunyai tujuan untuk menciptakan perubahan sosial.

#### **b. Unsur Difusi Inovasi**

Menurut Rogers dan Shoemaker dalam buku Nasution<sup>33</sup> dalam proses penyebarisan suatu inovasi terdapat beberapa unsur utama yaitu:

Suatu Inovasi yang di komunikasikan melalui saluran tertentu dalam suatu jangka waktu di antara para anggota suatu sistem.

##### 1) Inovasi

Inovasi merupakan sebuah gagasan, ide, tindakan, barang, atau cara-cara yang dianggap baru oleh seseorang.<sup>34</sup> Dalam hal ini, suatu inovasi dapat diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Pada era globalisasi, seseorang bahkan pelaku UMKM dituntut untuk bisa berinovasi menciptakan sesuatu hal yang unik, baru, lebih baik dan efisien dalam melakukan usahanya.

##### 2) Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Proses penyampaian pesan ini tidak bisa lepas dari proses komunikasi dengan beberapa pertimbangan diantaranya,

---

<sup>33</sup> *Ibid.* hlm 124.

<sup>34</sup> Prof. Dr. Ir. Sumardjo, M.S. “Modul 1 Pengertian Komunikasi Inovasi”, hlm. 16.

bagaimana tujuan dihadapkannya komunikasi dan dengan siapa saluran itu di sambungkan.

Ada tiga saluran komunikasi dalam proses penyebaran difusi inovasi, diantaranya:

a) Saluran Interpersonal

Saluran ini merupakan proses komunikasi yang dilakukan antar-pribadi, yaitu dengan tatap muka, sehingga memungkinkan seorang individu dapat menerima dan memberikan suatu tanggapan secara langsung.

b) Saluran Media Massa

Saluran ini merupakan proses komunikasi melalui media baik media cetak atau media elektronik. Sedangkan pengertian media massa ialah alat yang dapat menyebarkan pesan secara bersamaan dengan cepat dan secara luas kepada audiens. Seperti surat kabar, majalah, brosur, radio, televisi, dan yang lainnya.

c) Saluran Kelompok

Saluran ini merupakan proses beberapa orang yang saling berinteraksi dan memiliki tujuan yang sama. Komunikasi kelompok ini beranggapan bahwa mereka yang tergabung dalam kelompok tersebut akan memiliki rasa kebersamaan. Saluran ini bersifat tatap muka di mana antar anggota dapat secara langsung memberikan tanggapan.

3) Waktu Difusi Inovasi

Dalam proses difusi inovasi berdasarkan pada waktu menurut Rogers meliputi tiga hal, diantaranya:

*a) Innovation Decision Process*

Proses ini menunjukkan proses mental di mana para anggota sistem sosial dapat mengenal sebuah inovasi hingga memutuskan untuk menolak atau menerima keputusan itu. Apabila suatu masyarakat menerima proses difusi, maka secara otomatis mereka akan mengikuti tahapan adopsi inovasi.

*b) Innovativeness*

Proses ini menunjukkan di mana derajat seseorang relatif lebih dini ketika mengadopsi inovasi dibanding dengan anggota lain dalam sistem sosial.

*c) Innovation Rate of Adaption*

Proses ini merupakan kecepatan relatif di mana inovasi di adopsi oleh anggota sistem sosial. Kecepatan relatif ini diukur berdasarkan jangka waktu yang dibutuhkan oleh anggota sistem sosial ketika mengadopsi inovasi.

4) Anggota Sistem Sosial

Anggota sistem sosial adalah sekumpulan anggota yang berbeda secara fungsional, terikat dan bekerja sama untuk memecahkan suatu masalah, guna mencapai tujuan bersama. Yang termasuk dalam kumpulan disini yaitu individu dan kelompok informal.

Karakteristik anggota sistem sosial menurut Rogers dan Shoemaker dalam buku Nasution, yaitu:<sup>35</sup>

- 1) *Innovator*, merupakan seseorang yang telah menyukai hal-hal yang baru, serta sering melakukan percobaan-percobaan.
- 2) Penerimaan dini (*early adopters*) merupakan seseorang yang berpengaruh, dan lebih maju dilingkungannya di mana sebagian orang mendapatkan informasi.
- 3) Mayoritas dini (*early majority*) merupakan seseorang yang menerima suatu inovasi lebih dulu dari orang lain.
- 4) Mayoritas belakangan (*late majority*) merupakan seseorang yang baru menerima suatu inovasi ketika yang lain sudah menerimanya.
- 5) Lamban (*laggards*) merupakan seseorang yang terakhir kali menerima suatu inovasi.

#### 4. Adopsi Inovasi

Adopsi merupakan sebuah respon seseorang terhadap sebuah inovasi dan juga pemanfaatannya. Respon yang diberikan oleh seseorang merupakan hasil dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui teknologi informasi.

Dalam penerimaan suatu inovasi, seseorang akan melalui beberapa tahapan yaitu:<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Nasution. hlm. 126.

<sup>36</sup> *Ibid.* hlm. 127.

- 1) Tahap pengetahuan, tahap di mana seseorang sadar dan tahu bahwa ada sebuah inovasi.
- 2) Tahap persuasi, tahap ketika seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi tersebut apakah ia akan menyukainya atau tidak.
- 3) Tahap keputusan, tahap di mana seseorang membuat keputusan apakah akan menolak atau menerima inovasi tersebut.
- 4) Tahap implementasi, tahap di mana seseorang melakukan keputusan yang sudah dibuat pada inovasi.
- 5) Tahap konfirmasi, tahap di mana seseorang memastikan atau mengkonfirmasi keputusan yang sudah di ambil.

## **5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan**

### 1) Kondisi Awal

Pada awal perkembangan, teori difusi inovasi sangat berkaitan dengan proses perkembangan masyarakat. Hal tersebut dianggap bahwa sebuah inovasi merupakan awal untuk terjadinya perubahan sosial.<sup>37</sup> Pada difusi inovasi, terjadi penyebaran informasi tentang inovasi di antara warga sistem sosial yang lebih menguasai informasi ke warga yang tidak atau kurang menguasai informasi. Hal tersebut tentu dapat merubah perilaku warga, baik dalam hal pengetahuan,

---

<sup>37</sup> M.S. Prof. Dr. Ir. Sumardji, *Modul 1 : Pengertian Komunikasi Inovasi*. hlm. 14.

sikap, keterampilan, ataupun tindakan yang berkaitan dengan inovasi tersebut.<sup>38</sup>

Inovasi atau penemuan-penemuan baru, baik berupa ide, gagasan, tindakan, ataupun benda-benda baru merupakan suatu penyebab terjadinya perubahan sosial apabila menyebar ke masyarakat. Proses penyebaran inovasi ini dapat melalui difusi inovasi dan sistem sosial yang berlangsung efektif sehingga dapat mengubah perilaku warga sistem sosial yang bersangkutan. Warga sistem sosial ini dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi, atau subsistem.<sup>39</sup>

## 2) Karakteristik Unit Pengambilan Keputusan

### a) Kondisi Sosial Ekonomi

Rogers dalam penelitian Ambar menjelaskan bahwa sosial ekonomi sangat berpengaruh terhadap penentuan derajat adopsi inovasi yang di dalamnya terdapat individu dan organisasi.<sup>40</sup>

### b) Variabel Kepribadian

Rogers dalam penelitian Ambar menjelaskan bahwa variabel kepribadian ini sangat berkaitan dengan ke inovasian.<sup>41</sup>

Karakteristik kepribadian ini tentu sangat berkaitan pada sebuah adopsi inovasi bahwa di dalam unit karakteristik tersebut terdapat

---

<sup>38</sup> *Ibid.* hlm. 16.

<sup>39</sup> *Ibid.* hlm. 16.

<sup>40</sup> S.Sos. Ambar Sari Dewi, M.Si., Ph.D, *Adopsi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Oleh Perempuan Pelaku Ukm Di Yogyakarta Dan Jawa Tengah* (2014). hlm. 27.

<sup>41</sup> *Ibid.* hlm. 27.



rasa empati yang besar, tidak dogmatik, mempunyai kemampuan untuk berurusan dengan hal yang abstrak, dan lain sebagainya.<sup>42</sup>

c) Perilaku Komunikasi

Rogers dalam penelitian Ambar menjelaskan bahwa karakteristik perilaku komunikasi melihat pada ciri penting dalam menciptakan dan membagi suatu informasi antara satu dan yang lainnya guna mencapai pemahaman yang sama.<sup>43</sup> Dalam karakteristik adopsi inovasi terdapat partisipasi sosial, jaringan interpersonal yang saling berhubungan, lebih kosmopolit, lebih banyak berhubungan dengan agen perubahan, dan lain sebagainya.<sup>44</sup>

3) Karakteristik Inovasi

Menurut Nasution masyarakat yang menjadi tujuan dalam proses inovasi memiliki lima karakteristik inovasi yaitu:<sup>45</sup>

a) Keuntungan relatif (*relative advantages*), pada proses ini di mana cara atau gagasan baru dapat menjadikan suatu keuntungan relatif bagi masyarakat yang akan menerima inovasi tersebut.

b) Keserasian (*compability*), pada proses ini apakah sebuah inovasi yang akan di difusikan itu serasi dengan sistem kepercayaan, nilai, gagasan yang terdahulu dikenalkan, selera, adat istiadat, kebutuhan, dan lain sebagainya.

---

<sup>42</sup> *Ibid. hlm. 27.*

<sup>43</sup> *Ibid. hlm. 28.*

<sup>44</sup> *Ibid. hlm. 28.*

<sup>45</sup> Nasution. hlm. 125.

- c) Kerumitan (*complexity*), pada proses ini sebuah inovasi dirasa rumit oleh masyarakat. Karena pada umumnya masyarakat kurang berminat terhadap hal yang sulit dan rumit. Selain dirasa sulit dan rumit untuk dipahami, juga merasa ada beban baru yang harus diterima.
- d) Dapat dicobakan (*trialability*), pada proses ini suatu inovasi akan cepat diterima, dengan melakukan percobaan yang lebih kecil terlebih dahulu sebelum menerimanya secara menyeluruh.
- e) Dapat dilihat (*observability*), pada proses ini suatu inovasi dapat dilihat dan dirasakan secara langsung keberadaannya. Dengan demikian orang akan dengan mudah mempertimbangkan untuk menerima inovasi tersebut.

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian meliputi subjek informan penelitian, alat pengumpul data, dan teknik analisis data.<sup>46</sup> Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, di mana hal ini menghasilkan data deskriptif seperti perkataan dan lisan yang tertulis dari setiap orang atau perilaku yang sedang diamati.<sup>47</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu bertujuan untuk merangkum, menggambarkan berbagai kondisi situasi serta realitas sosial yang ada di masyarakat sebagai objek penelitian, juga

---

<sup>46</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009). hlm. 43.

<sup>47</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014). hlm.4.

berusaha menarik realitas itu sebagai suatu ciri, karakter, tanda, model, sifat, atau gambaran tentang kondisi situasi atau fenomena tertentu.<sup>48</sup> Dengan demikian, hasil penelitian akan berisikan kutipan data yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>49</sup>

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus di mana terdapat prosedur penelitian yang di dalamnya menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses sekelompok individu. Dalam studi kasus ini memiliki keterbatasan yakni dalam hal waktu dan aktivitas, di mana peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan berbagai langkah pengumpulan data berdasarkan waktu yang ditentukan.<sup>50</sup> Dalam pendekatan ini seorang peneliti akan meneliti individu dan anggota sosial tertentu secara lebih mendalam. Maka dari itu, peneliti berupaya untuk menemukan semua variable penting yang terkait dengan subjek yang diteliti. Kemudian, peneliti akan meneliti bagaimana perkembangan diri, sebab terjadinya hal tersebut, perilaku keseharian, dan alasan perilaku itu dilakukan, serta bagaimana perilaku seseorang dapat berubah dan penyebab terjadinya perubahan perilaku.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> *ibid.* hlm. 6.

<sup>49</sup> *Ibid.* hlm. 11.

<sup>50</sup> John W. Creswell, *Research Design: Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Metode Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015). hlm. 20.

<sup>51</sup> Idrus. hlm. 57.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Kampoeng *Cyber*, Sedangkan objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber*, RT.36/RW. 09 Taman Sari, Kelurahan Patehan, Kecamatan Keraton, Yogyakarta.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data yang tak terbatas pada individu dan objek lain.<sup>52</sup> Observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan cara turun ke lapangan untuk mengamati aktivitas dan perilaku individu di lokasi penelitian. Dalam proses mengamati peneliti mencatat atau merekam dengan cara terstruktur ataupun semistruktur.<sup>53</sup>

Observasi dilakukan untuk mendeskripsikan gambaran umum kondisi UMKM dan profil pelaku UMKM. Selain itu observasi dilakukan sebelum penelitian untuk mengetahui gambaran awal kondisi UMKM di Kampoeng *Cyber*, dan mengetahui profil pelaku UMKM. Observasi dilakukan secara langsung yaitu dengan mengamati unit usaha kecil yang diteliti dan mengikuti kegiatan-kegiatan pelaku UMKM seperti bagaimana cara melakukan jual beli secara *online*, bagaimana cara log in di *marketplace*, teknik foto produk yang bagus serta menarik, dan lain sebagainya.

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012). hlm. 145.

<sup>53</sup> Creswell. hlm. 267.

Observasi dalam penelitian ini menggunakan jenis observasi non partisipan di mana peneliti hanya mengamati dari jauh dan tidak terlibat atau menjadi bagian dari pelaku UMKM.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan secara terbuka dengan mempunyai maksud tertentu agar para informan mengetahui bahwa tugas seorang peneliti di lokasi penelitian ialah untuk melakukan wawancara.<sup>54</sup>

Wawancara dilakukan secara mendalam dan semi struktur dengan informan penelitian. Tujuannya untuk menemukan suatu masalah dengan lebih terbuka, di mana pihak yang di wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Peneliti yang melakukan wawancara harus mendengarkan dan mencatat dengan teliti terkait apa yang disampaikan oleh para informan.<sup>55</sup> Wawancara digunakan untuk mengetahui bagaimana proses adopsi inovasi penggunaan *website* oleh pelaku UMKM, dan hambatan dalam penggunaan *website* oleh pelaku UMKM. Sedangkan untuk menjaga alur wawancara, penulis membuat panduan wawancara sebagai acuan pertanyaan.

Secara teknis wawancara akan dilakukan kepada para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta sesuai dengan kriteria merujuk pada Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM yaitu UU No.20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: "*perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan*

---

<sup>54</sup> Moleong. hlm. 186.

<sup>55</sup> Sugiyono. hlm. 233.

*jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.*” Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut.<sup>56</sup>

Tabel 2. Kekayaan UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp. 50 juta-500 juta	Lebih dari R. 300 juta-Rp. 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp. 500 juta-Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 2,5 miliar-Rp. 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Selain berdasarkan pada aset dan omzet, kriteria informan juga merujuk pada data Badan Pusat Statistik (BPS) yang memberikan batasan secara sederhana. Di mana UMKM lebih fokus pada usaha manufaktur dengan karakteristik serapan tenaga kerja. Berdasarkan karakteristik BPS, industri skala kecil dicatat sebagai perusahaan manufaktur yang mempunyai karyawan antara 5-19 orang termasuk pemilik perusahaan.<sup>57</sup>

Selain berdasarkan pada aset dan omzet, kriteria informan juga sesuai kebutuhan penulis yaitu mengutamakan pada pelaku UMKM yang ada di Kampoeng *Cyber* yang bergabung dengan UMKM KampoengCyberjaya.com dan informan pendukung lainnya.

<sup>56</sup> Dewi Meisari Haryanti dan Isnati Hidayah, "Potret Umkm Di Indonesia: Si Kecil Yang Berperan Besar" <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62> (accessed 24 Februari 2020, pukul 12.26 wib).

<sup>57</sup> Amalia. hlm. 45.



Agar hasil wawancara terekam dengan baik, dan penulis mempunyai bukti bahwa sudah melaksanakan wawancara dengan informan, maka penulis memerlukan alat-alat seperti buku catatan untuk mencatat sebagian percakapan yang dirasa penting yang disampaikan oleh informan. Kemudian handphone dan kamera sebagai alat untuk merekam semua percakapan dan untuk mengambil gambar ketika penulis sedang wawancara dengan informan, karena dengan adanya alat-alat tersebut dapat meningkatkan keabsahan penelitian akan terjamin, karena penulis betul-betul melakukan pengumpulan data.

#### c. Dokumen

Dokumen adalah sebuah catatan berupa kejadian yang telah berlalu. Dokumen disini bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang.<sup>58</sup> Menurut Guba dan Lincoln menyatakan bahwa dokumen adalah setiap bahan yang tertulis ataupun film, selain dari rekaman yang tidak dipersiapkam karena permintaan dari seseorang.<sup>59</sup> Dalam pengumpulan data dokumen bisa berupa dokumen publik seperti laporan kantor, makalah, koran, ataupun dokumen privat seperti buku harian atau diary, surat dan *e-mail*.<sup>60</sup>

Dokumen yang akan digunakan penulis berupa buku harian selama penelitian, meminta buku harian dari informan selama penelitian, mengumpulkan dan menganalisis dokumen publik seperti catatan resmi atau arsip-arsip dari profil

---

<sup>58</sup> Sugiyono. hlm. 240.

<sup>59</sup> Moleong. hlm. 216.

<sup>60</sup> Creswell. hlm. 270.

UMKM, dan meminta foto informan atau merekam suara mereka dengan menggunakan handphone dan kamera.

#### 4. Metode Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan penulis yaitu analisis data secara interaktif model Miles dan Huberman yaitu :<sup>61</sup>

##### a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara menggabungkan, memilih hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Maka dari itu, data yang sudah direduksi akan memberi gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan dan mencari data selanjutnya.<sup>62</sup> Reduksi data dilakukan secara terus-menerus seiring dengan pelaksanaan penelitian. Proses reduksi bisa dilaksanakan saat data masih sedikit supaya dapat memudahkan peneliti ketika melaksanakan pengelompokan data yang sudah ada.<sup>63</sup>

Reduksi data yang akan penulis lakukan yaitu dengan cara mengumpulkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumen yang didapatkan di lapangan. Dengan demikian, penulis akan memilih data-data tersebut dan menganalisis sesuai dengan konsep yang dijelaskan pada landasan teori seperti jenis-jenis UMKM, proses adopsi inovasi, dan tahapan dalam memutuskan inovasi sehingga penulis akan lebih mudah

---

<sup>61</sup> Sugiyono. hlm. 246-252.

<sup>62</sup> *Ibid.* hlm. 247.

<sup>63</sup> Idrus. hlm. 150.

untuk memilih dan mengkategorisasikan bagian data yang harus dikode, dibuang, dan dikembangkan guna mengarahkan serta memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

#### b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berupa bagan, *flowchart*, uraian singkat, hubungan antar kategori, atau sejenisnya. Akan tetapi yang selalu dipakai yaitu teks naratif.<sup>64</sup> Teks naratif digunakan agar memudahkan peneliti untuk memahami apa yang akan dilakukan dalam penelitian tersebut. Namun ketika melakukan display data, selain dengan teks naratif, juga dapat berupa matrik, grafik, *chart*, dan *network*.<sup>65</sup>

Penyajian data yang akan penulis lakukan yaitu dengan mengelompokkan hasil transkrip wawancara, hasil observasi dan dokumen, serta mengutip pernyataan informan yang mendukung teori, sesuai dengan hasil observasi dan dokumen, serta menyajikan data-data tersebut melalui table, grafik, dan lainnya.

#### c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang didapatkan masih bersifat sementara dan dapat berubah-ubah apabila didapatkan penemuan baru di lapangan sehingga dapat mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun apabila kesimpulan yang disampaikan diawal di dukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang disampaikan bersifat

---

<sup>64</sup> Sugiyono. hlm. 249.

<sup>65</sup> *Ibid.* hlm. 249.

kredibel.<sup>66</sup> Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melakukan pencatatan untuk tema dan pola-pola yang sama, pengkategorisasian, dan pencarian permasalahan yang berbeda.<sup>67</sup>

Penarikan kesimpulan yang dilakukan oleh penulis yaitu dilakukan dengan cara pengumpulan data, pemilihan data, penyajian data, dan menganalisis serta mengaitkan data tersebut dengan teori yang dipakai oleh penulis sehingga ditemukan penemuan baru yang sebelumnya belum ada. Penemuan tersebut bisa berupa narasi atau gambaran objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.<sup>68</sup> Selain itu triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang telah diperoleh.<sup>69</sup> Menurut Denzim terdapat beberapa macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan diantaranya melalui triangulasi metode, penyidik, teori, dan sumber.<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode triangulasi sumber data untuk menguji adopsi inovasi, faktor penghambat dan faktor pendorong penggunaan *website* oleh pelaku UMKM di *Kampoeng Cyber Yogyakarta*. Menurut Patton triangulasi sumber dalam penelitian kualitatif yaitu mengecek dan

---

<sup>66</sup> *Ibid.* hlm. 252.

<sup>67</sup> Idrus. hlm. 150.

<sup>68</sup> Sugiyono. hlm. 273.

<sup>69</sup> Moleong. hlm. 330.

<sup>70</sup> *Ibid.* hlm. 330.

membandingkan kembali tingkat kepercayaan sebuah informasi yang didapat berdasarkan pada alat dan waktu yang berbeda.<sup>71</sup>

Dalam menguji keabsahan data dari penelitian ini, penulis juga menelusuri informasi dari berbagai sumber diluar subjek penelitian yaitu berupa artikel tentang difusi inovasi, buku-buku, jurnal penelitian, dan seorang praktisi yang ahli di bidang Sosiologi Komunikasi.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, diantaranya:

BAB I Pendahuluan, pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Profil Kampoeng *Cyber*, yaitu memaparkan gambaran umum tentang kondisi lingkungan Kampoeng *Cyber* yang terdiri dari kondisi umum RT 36 Kampung Taman, kondisi geografis, kondisi ekonomi, kondisi sosial dan kondisi agama. Adapun gambaran objek penelitian yaitu latar belakang adanya *website* kampoengCyberdaya.com, visi-misi, struktur kepengurusan, potensi Kampoeng *Cyber*, profil UMKM dan profil informan.

BAB III Hasil penelitian yaitu memaparkan hasil temuan di lapangan terkait dengan proses pengenalan *website* oleh pelaku UMKM Kampoeng *Cyber*,

---

<sup>71</sup> *Ibid.* hlm. 330.

peningkatan kemampuan penggunaan *website* oleh pelaku UMKM Kampoeng *Cyber*, dan kendala penggunaan *website* oleh pelaku UMKM Kampoeng *Cyber*.

BAB IV Analisis data penelitian di mana pada bab ini berisi analisis mengenai data-data hasil temuan lapangan yang kemudian dikaitkan dengan teori difusi inovasi.

BAB V Penutup yaitu peneliti memaparkan kesimpulan, kontribusi penelitian, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi kepada peneliti lain yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

*Website* [www.kampoengcyberdaya.com](http://www.kampoengcyberdaya.com) sebagai salah satu inovasi yang ada di Kampoeng *Cyber* merupakan sebuah kemajuan dalam peningkatan ekonomi bagi para pelaku UMKM disana. Karena, dengan adanya *website* tersebut para pelaku UMKM merasakan berbagai manfaat dan keuntungan yaitu membantu dan mempermudah dalam memasarkan produk mereka sehingga produk tersebut bisa dikenal lebih luas. Tetapi sebelum mereka merasakan manfaat dan keuntungan dari *website* tersebut terdapat beberapa tahapan dalam mengadopsi sebuah inovasi agar inovasi tersebut bisa diterima oleh masyarakat.

Dalam proses adopsi inovasi dalam penggunaan *website* menjelaskan bahwa para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* telah melalui lima tahapan adopsi sesuai yang dengan teori yang disampaikan oleh Rogers, yaitu *pertama*, tahap pengetahuan (*knowledge*) di mana pada tahap ini mereka tahu bahwa ada sebuah inovasi berupa *website* di Kampoeng *Cyber*. *Kedua*, tahap persuasi (*pesuasion*) di mana para pelaku UMKM disana telah membentuk suatu sikap terhadap inovasi. *Ketiga*, tahap pengambilan keputusan (*decision*) pada tahap inilah mereka harus memilih apakah akan menerima atau menolak suatu inovasi. *Keempat*, tahap implementasi (*implementation*) yaitu tahap di mana mereka melakukan keputusan yang telah diambil pada tahap inovasi. *Kelima*, tahap konfirmasi (*confirmation*) di mana mereka mencari dorongan atas keputusannya. Para pelaku UMKM sebagai adopter telah melalui semua tahapan dalam adopsi penggunaan *website* yang pada

akhirnya memutuskan untuk menerima dan menggunakan *website* tersebut disamping menggunakan perangkat lain untuk menunjang usaha mereka.

Adapun faktor-faktor yang menghambat dan mendorong dalam keputusan adopsi inovasi penggunaan *website* oleh pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* yaitu faktor individu dan faktor sosial. Dalam faktor individu terdapat indikator *selective perception*, motivasi dan kepercayaan. Sedangkan dalam faktor sosial terdapat indikator berupa jenis kelamin, umur, agama, pendapatan, pekerjaan, dan tempat tinggal, tidak mempengaruhi dalam proses adopsi inovasi penggunaan *website* karena *website* tersebut tidak hanya diperuntukkan bagi warga RT 36 saja, melainkan untuk umum pun bisa mengikuti web tersebut.

## **B. Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini menghasilkan kontribusi sebagai berikut:

### 1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini memberikan wawasan dan pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk para ilmuwan yang hendak melaksanakan riset terkait isu penggunaan internet. Sumbangsih wawasan ilmu pengetahuan dalam penelitian ini khususnya dalam bidang Sosiologi Komunikasi.

### 2. Kontribusi Praktis

- a. Penelitian ini memberikan data mengenai tahapan apa saja yang dilalui oleh para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* dalam proses adopsi inovasi *website* sebagai alat untuk melakukan jual beli secara online, dan

memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mendorong adanya adopsi inovasi tersebut.

- b. Penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran sebagai pertimbangan kepada para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* terhadap penggunaan *website* dalam meningkatkan perekonomian.

### C. Keterbatasan Penelitian

1. Adanya keterbatasan dalam melakukan observasi, wawancara, dan pengumpulan data lainnya. Hal ini terkendala karena situasi kondisi yang kurang mendukung akibat *pandemic covid19*, sehingga proses observasi, wawancara, dan pengambilan dokumen dirasa belum maksimal. Apabila penulis memiliki kesempatan, hal-hal yang masih perlu dilakukan adalah pada wawancara dengan lebih banyak pelaku UMKM untuk menggali informasi lebih terperinci, observasi terkait kegiatan apa saja yang dilakukan oleh para pelaku UMKM, dan dokumen yang berhubungan dengan *website* oleh para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber*. Namun karena kondisi tidak mendukung akibat *pandemic* pihak dari Kampoeng *Cyber* tidak memperbolehkan tamu/para peneliti berkunjung kesana selama masa pandemi.
2. Informan yang di wawancara dari pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* masih kurang untuk mendapatkan data dan hasil penelitian yang optimal. Dikarenakan dalam proses wawancara lebih banyak dilakukan secara online yakni melalui media chatting WhatsApp. Dalam proses pelaksanaannya pun

tidak secara langsung mendapat respon, tetapi harus menunggu beberapa hari, minggu, bahkan bulan, dan percakapan hanya seperlunya saja.

#### **D. Rekomendasi**

##### **1. Secara Teoritis**

- a. Bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian terkait tema yang sama mengenai adopsi inovasi, agar menggali lebih dalam terkait bagaimana tahapan-tahapan dan faktor-faktor dalam keputusan inovasi tersebut.
- b. Bagi peneliti yang akan menggunakan teori yang sama yaitu Difusi Inovasi sebaiknya lebih memperbanyak referensi yang membahas teori tersebut, Tujuannya untuk lebih mempermudah dalam melakukan proses analisis data hasil temuan penelitian.

##### **2. Secara Praktis**

- a. Bagi Pelaku UMKM
  - Perlu adanya kesadaran dari para pelaku UMKM bahwa keberadaan dan penggunaan teknologi ipada saat ini sangat penting untuk menunjang usaha mereka.
  - Memanfaatkan fasilitas yang ada dengan sebaik mungkin, disamping memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan.
- b. Bagi Pengurus Kampoeng *Cyber*
  - Membuat kepengurusan baru untuk pengelola *website* agar semuanya tidak tersentral di Pak RT.
  - Melakukan pelatihan lanjutan terkait pelatihan maintance agar para pelaku UMKM dapat mengubah profil, dan beranda secara mandiri.

- Mengadakan kegiatan yang melibatkan para pelaku UMKM di Kampoeng *Cyber* agar produk usaha mereka lebih terkenal dan tetap eksis.

c. Bagi Pemerintah

- Perlu adanya pengembangan Sumber Daya Manusia karena hal ini dirasa sangat penting dalam menentukan produk-produk usaha berkembang dan tetap eksis. Oleh karena itu pihak pemerintah perlu meningkatkan kualitas tersebut dengan cara mengadakan pelatihan dan pendidikan bagi UMKM baik dalam aspek, kewiraswastaan, administrasi, seminar, dan lokakarya, *job training*, pemagangan, dan kerja sama usaha.
- Memberikan payung hukum guna memberi jaminan serta pengakuan dari pemerintah daerah mengenai bentuk dan jenis komoditas yang dapat dikelompokkan sebagai produk unggulan. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan hasil dan kualitas produk para pelaku UMKM dengan nilai jual tinggi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

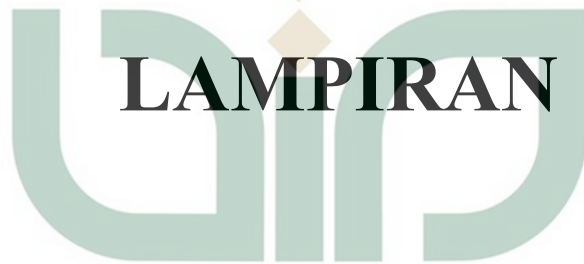
## DAFTAR PUSTAKA

- "Jumlah Perusahaan Industri Kecil Dan Industri Menengah Berdasarkan Provinsi"  
<https://www.bps.go.id/dynamic/table/2015/11/22/1004/jumlah-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi-2013-2015.html> (accessed 20 Februari 2020, 17.36 wib).
- Aliyudin Alamudin Daeng, SE. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Ukm Kampoeng Cyber." 4 Juni 2020.
- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran Lkm Dan Ukm Di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009.
- Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D. *Adopsi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Oleh Perempuan Pelaku Ukm Di Yogyakarta Dan Jawa Tengah*. 2014.
- Antonius Sasongko Wahyu Kusumo, S.Sn. "Hasil Presentasi Power Point ", 16 Oktober 2019.
- Antonius Sasongko Wahyu Kusumo, S.Sn. "Hasil Wawancara Dengan Koordinator Sekaligus Ketua Rt 36." 16 Oktober 2019.
- Ardianto, Rochajat Harun dan Elvinaro. *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Burihari Wulandari, S.H., M.A. "Hasil Wawancara Dengan Kepala Bidang Usaha Mikro." 12 Agustus 2020.
- Creswell, John W. *Research Design: Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Metode Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Fauziyah, Andimi Hana' Syarifah dan. "Pengaruh Adopsi Teknologi Informasi Pada Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah." *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 8, Nomor 2, (2017).
- Fela, Ruci. "Hasil Observasi Peneliti." 7 Oktober 2019.
- Girsang, Mesyi Amelia. "Analisis Pengaruh *Innovative Characteristic* Dan *Barriers* Terhadap Adopsi Tik Berbasis Internet (Studi Umkm Batik Pada Kampung Batik Kauman Dan Pesindon Kota Pekalongan) " *Jurnal eProceedings of Management* Volume 1 Nomor 3, (2014).



- Haida, Farah Dwi Kania Nur. "Difusi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Sebagai Fasilitas Internet Desa (Studi Deskriptif Kualitatif Difusi Inovasi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Pada Remaja Di Desa Campurejo, Kecamatan Tretep, Kabupaten Temanggung)." Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, 2017.
- Hermawan, Hery. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Ukm Kampoeng Cyber." (4 Juni 2020).
- Hidayah, Dewi Meisari Haryanti dan Isnati, "Potret Umkm Di Indonesia: Si Kecil Yang Berperan Besar" <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62> (accessed 24 Februari 2020, pukul 12.26 wib).
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.
- Iswati, Fathul Wahid dan Lizda. "Adopsi Teknologi Informasi Oleh Usaha Kecil Menengah Di Indonesia." *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2007)*, (2007).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Nasution, Zulkarimen. *Komunikasi Pembangunan : Pengenalan Teori Dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- Novi Miliana, Muhammad Rijalus Sholihin, Joko Nurhuda. "Pemanfaatan Website Dan Marketplace Terpadu Untuk Meningkatkan Potensi Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lumajang." *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember* (2018): Hal 161-167.
- Nugroho, Wahyu Setiawan, "Kampoeng Cyber Luncurkan Etalase Bisnis Online, Pasarkan Produk Rumahan Milik Warga"  
" <https://jogja.tribunnews.com/2019/05/11/kampung-cyber-yogyakarta-luncurkan-etalase-bisnis-online-pasarkan-produk-rumahan-milik-warga> (accessed 20 Februari 2020, 18.00 wib).
- Prof. Dr. Ir. Sumardji, M.S. *Modul 1 : Pengertian Komunikasi Inovasi*.
- Pujiandayani, Darmaningsih. "Hasil Wawancara Dengan Bendahara Umkm Kecamatan." (10 Agustus 2020).
- Purwa, Ephraem Yonanda. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Umkm Kampoeng Cyber." 6 Agustus 2020.

- Putranta, Hastha Dewa. *Pengantar Sistem Dan Teknologi Infromasi*. Yogyakarta: AMUS, 2004.
- Setiawan, S. Iwan. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Ukm Kampoeng Cyber." 12 Agustus 2020.
- Steffi Adam, Muhammad Taufik Syastra dan Alresqi Wahyuni. "Adopsi Teknologi Informasi Oleh Ukm Di Kota Batam." *Seminar Nasional Universitas Pasir Pengaraian*, (2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Susilo, F. Adhi. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Ukm Kampoeng Cyber." 9 Juni 2020.
- Syahrudi. "Hasil Wawancara Dengan Pelaku Ukm Kampoeng Cyber." 12 Agustus 2020.
- Tambunan, Tulus T.H. *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2002.
- Widianti,  
[http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/8318/06bab2\\_widianti\\_10090312097\\_skr\\_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y](http://repository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/8318/06bab2_widianti_10090312097_skr_2016.pdf?sequence=6&isAllowed=y).
- Yaniawati, Rully Indrawan dan R. Poppy. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2014.
- Yudanegara, Sunu Puguh Hayu Triono dan Aditya. "Analisis Teknologi, Organisasional, Dan Lingkungan Terhadap Adopsi Tik Pada Umkm Di Kota Bandung " *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Volume IX Nomor 1, (April 2019).
- Yuliani, Ayu, "Pandai Memanfaatkan Teknologi Digital"  
[https://kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan_media) (accessed 21 Februari 2020, 07.30 wib).
- Yuliani, Ayu, "Kemenkop Ukm: 3,79 Juta Umkm Sudah Go Online"  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media) (accessed 20 Februari 2020, 16.00 wib).



**LAMPIRAN**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **Interview Guide**

Adopsi Inovasi Penggunaan *Website kampoengcyberdaya.com* Oleh Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta

### **A. Profil Informan**

1. Nama :
2. Alamat
3. Umur :
4. Pendidikan Terakhir :

### **B. Profil UMKM**

1. Nama perusahaan/UMKM?
2. Bergerak pada bidang?
3. Bagaimana sejarah berdirinya UMKM?
4. Bagaimana Visi-Misi UMKM?
5. Berapa jumlah karyawan saat ini?
6. Berapa modal awal usaha?
7. Berapa omzet per bulan?
8. Bagaimana usaha anda berkembang?
9. Apakah ada kerjasama dengan pihak lain?

### **C. Penggunaan *Website* oleh Pelaku UMKM**

1. Bagaimana pertama kali anda mengenal TIK?

2. Sejak kapan anda mengenal *website* ?
3. Siapa yang mengenalkan *website* ?
4. Bagaimana proses pengenalan tersebut?
5. Bagaimana anda meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menggunakan *website* ?
6. Berapa banyak biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan *website* ?
7. Apa yang mendorong Anda menggunakan *website* dalam melakukan transaksi jual beli online?
8. Apakah ada hambatan dalam penggunaan *website* ?
9. Apakah ada perangkat lain selain *website* untuk menunjang kegiatan jual beli *online*?
10. Apa keuntungan dari penggunaan *website* sebagai alat untuk kegiatan jual beli *online*?



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Literatur Review

Adopsi Inovasi Penggunaan *Website kampoengCyberdaya.com* Oleh Pelaku

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kampoeng *Cyber* Yogyakarta

No	Penulis	Judul	Jurnal/Skripsi	Metode	Teori	Hasil
1	Fathul Wahid, Lizda Iswari	Adopsi TI oleh UMKM di Indonesia	Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI, 2007)	Deskriptif <i>Explanatory</i>	Difusi Inovasi	Secara umum adopsi TIK masih rendah dan masih banyak faktor yang menjadi penghambat dalam adopsi TI seperti belum munculnya kebutuhan terhadap TI dalam mendukung proses bisnis dan kurangnya dukungan finansial. UMKM yang menggunakan TI pun masih pada tataran operasional dan oportunistik, dan belum sampai pada tingkatan strategis
2	Farah Dwi Kania Nur Haida	Adopsi Inovasi <i>Cyber Village</i> Sebagai Fasilitas Internet Desa (Studi Deskriptif Kualitatif Difusi Inovasi dan Adopsi Inovasi <i>Cyber Village</i> Pada Remaja di Desa Campurejo, Kecamatan Tretep, Kabupaten Temanggung)	Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, (2017)	Deskriptif Kualitatif	Difusi Inovasi	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa proses difusi inovasi berjalan sesuai dengan empat unsur dalam teori tersebut. <i>Cyber Village</i> merupakan inovasi yang dibutuhkan para remaja di Desa Campurejo. Proses penyebaran inovasi yang paling efektif adalah menggunakan saluran komunikasi interpersonal. Di mana rata-rata waktu yang dibutuhkan para remaja sebelum mengadopsi inovasi yaitu sekitar 1 minggu sampai 2 bulan. Selain <i>innovator</i> , dalam penelitian ini terdapat dua <i>early adapter</i> , satu <i>early majority</i> , dan dua <i>late majority</i> .
3	Sunu Puguh Hayu	Analisis Teknologi, Organisasi	Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen,	Kuantitatif <i>Explanatory</i>		Adapun hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa teknologi, organisasional, dan lingkungan



	Triono dan Aditya Yudanegara	nal, dan Lingkungan terhadap adopsi TIK pada UMKM di Kota Bandung	Vol. IX No. 1 (April, 2009)			memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi TIK pada UMKM.
4	Mesyri Amelia Girsang	Analisis pengaruh <i>innovative characteristic</i> dan <i>barriers</i> terhadap adopsi TIK berbasis internet (Studi UMKM Batik Pada Kampung Batik Kauman dan Pesindon Kota Pekalongan)	Jurnal <i>eProceedings of Management</i> , Vol.1 No.3, 2014	Deskriptif kasual	Difusi Inovasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik inovasi dan hambatan berpengaruh secara simultan terhadap variable terikat keputusan adopsi dengan $f$ hitung (12,953) lebih besar dari $f$ table 3,21. Nilai koefisien determinasi sebesar 37,1% menunjukkan bahwa karakteristik inovasi dan hambatan dapat mempengaruhi keputusan adopsi TIK berbasis internet sebesar 37,1%. Hasil uji $t$ menunjukkan karakteristik inovasi dan hambatan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan adopsi TIK.
5	Steffi Adam, Muhammad Taufik Syastra dan Alresqi Wahyuni	Adopsi teknologi informasi oleh UMKM di Kota Batam	Seminar Nasional Universitas Paser Pengaraian, 2016	Kualitatif		Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) adopsi TI pada UMKM di Kota Batam masih tergolong rendah. (2) kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di Kota Batam dalam mengadopsi TI adalah biaya untuk pembelian perangkat TI. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah langkah yang strategis seperti memberikan bantuan perangkat TIK tepat guna bagi UMKM atau menciptakan UMKM yang mampu memproduksi TI untuk UMKM, serta memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam menggunakan TI.

6	Jaidan Jauhari	Upaya Pengembangan UMKM dengan Memanfaatkan <i>E-Commerce</i>	Jurnal Sistem Informasi, Vol. 2, No. 1, April 2010		<p>Hasil dari penelitian yaitu untuk meningkatkan daya saing UMKM serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan <i>Information and Communication Technology</i> (ICT), utamanya e-commerce. Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan <i>software</i> yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan <i>website</i> dan e-commerce sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut.</p>
7	Lieli Suharti, Like Sugiono, Yenny Purwati	Model adopsi inovasi teknologi pada UMKM Tempe: Studi pada pengrajin tempe anggota KOPTI di Kotamadya Salatiga dan Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah			<p>semua indikator empirik dalam atribut <i>relative advantage</i>, <i>complexity</i>, <i>compatibility</i>, dan <i>image</i> pada aspek teknologi seluruhnya menjadi pendorong bagi pengrajin tempe anggota PRIMKOPTI di Salatiga dan Boyolali untuk mengadopsi teknologi baru. Hal ini dicerminkan dengan lebih dari 50% responden berpersepsi positif atas indikator empirik yang digunakan dalam mengukur atribut-atribut tersebut. Adapun yang menjadi faktor penghambat dalam mengadopsi teknologi baru bagi pengrajin tempe anggota PRIMKOPTI di Salatiga dan</p>

						Boyolali adalah atribut biaya yang meliputi ketersediaan modal awal dan mahal nya biaya penerapan teknologi baru.
8	Luqman Khakim, Ariawan W. Pratomy, M. Nahar	Adopsi Internet Marketing pada UMKM Pengolah Garam Rembang	Seminar Nasional TIK Terapan 2014, (SEMANTIK 2014)			Hasilnya internet marketing yang dilakukan belum memberikan hasil yang signifikan bagi UMKM. Ini dimungkinkan karena usaha-usaha pemasaran yang dilakukan belum terintegrasi, dimana internet marketing yang dilakukan UMKM dan pemasaran off-line nya masih dilakukan sendiri-sendiri. Dampaknya membuat upaya pemasaran yang dilakukan tidak bisa optimal. Ini mungkin juga karena penguasaan UMKM dalam operasional <i>website</i> dan maintenancenya yang kurang maksimal sehingga up-date yang seharusnya dilakukan, menjadi terhambat. Hasilnya <i>website</i> yang sudah dibangun menjadi kurang menarik bagi konsumen karena sering dirasa sudah out of date.
9	Andini Hana' Syarifah & Fauziah	Pengaruh Adopsi TI Pada Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Pada UMKM di DIY)	Jurnal Manajemen FE UMY Vol. 8, No. 2, 2017	Kuantitatif	TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> )	Hasil penelitian ini akan menggunakan skala pengukuran interval, dimana responden diminta menentukan pilihan jawaban pada ranking sesuai dengan persepsinya. <i>Instrument</i> yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala <i>Likert</i> dengan hasil perhitungan 0,8, maka dikategorikan sangat tinggi, jika rata-rata jawaban responden antara 3,4 – 4,1 maka dikatakan tinggi. Kategori sangat rendah jika rata-rata jawaban responden diantara 1,0 – 1,7.
10	Ayu Noviani Hanum,	Analisis Faktor-Faktor Yang	Jurnal Maksimum Media	Kuantitatif		Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor teknologi dan faktor individual

	Andwiani Sinarasri	Mempengaruhi Adopsi <i>e-commerce</i> dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Wilayah Kota Semarang)	Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang, Vol. 8 No. 1, September 2018, hal 1-15			secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi <i>e-commerce</i> . Sebaliknya faktor organisasional secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap adopsi <i>e-commerce</i> dan faktor lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap adopsi <i>e-commerce</i> pada UMKM di Kota Semarang. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan faktor kesiapan teknologi, organisasional, lingkungan dan individual berpengaruh secara bersama-sama terhadap adopsi <i>e-commerce</i> pada UMKM di Kota Semarang.
11	Anandia Nurrohman, Farah Alfauz	Adopsi E-Commerce Pada UMKM di Bandung (Studi Kasus Subsektor Fesyen)	Jurnal <i>e-Proceedings of Management</i> , Vol. 3 No. 2, Agustus 2016	Kuantitatif		Hasil penelitian ditentukan berdasarkan 3 faktor pendorong, faktor yang paling dominan dalam mendorong usaha mikro dan kecil dalam mengadopsi <i>e-commerce</i> yaitu faktor kesiapan teknologi, yang memiliki <i>eigenvalue</i> sebesar 35,512%. Faktor kesiapan teknologi merupakan faktor yang paling penting dalam mengadopsi <i>e-commerce</i> . Perusahaan tidak bisa mengadopsi <i>e-commerce</i> apabila perusahaan belum siap dalam teknologi.
12	Mohammad Rizal Saifullah	Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi pada UMKM Kampung Sepatu di Tambak Osowilango	Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 3, No. 2, Mei-Agustus 2015	Deskriptif Kualitatif		Berdasarkan temuan dilapangan bahwa adopsi teknologi informasi pada UMKM kampung sepatu di Tambak Osowilango, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya belum optimal dan sulit dilakukan. Hal ini dikarenakan oleh tidak adanya pengalaman terdahulu dalam penggunaan teknologi

		n, Surabaya				informasi dan dalam mendukung kegiatan usaha, rendahnya pendidikan, skill dan keahlian yang rendah, dan usia serta yang biaya pengadaan dan pengoperasian.
13	Angga Sulistiono, Mumuh Mulyana	Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Pengrajin Sepatu	Hasil Pelitian Peneliti Muda, 2010	Survey		<p>Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor internal yang menjadi Faktor Kekuatan para Pengrajin Sepatu Sandal Ciomas Bogor adalah (a) Produk berkualitas, (b) Harga Bersaing dan (c) Sepatu yang dihasilkan unik dan Kreatif. Sedangkan yang menjadi Faktor Kelemahan adalah (a) Manajemen Keuangan tidak teratur, (b) Manajemen Persediaan Bahan Baku tidak teratur, (c) Pengawasan proses produksi dan kualitas kurang, (d) Tempat bekerja kurang nyaman, (e) Teknologi minimal dan (f) Perhitungan harga pokok produksi kurang akurat. Beberapa faktor eksternal yang menjadi Faktor Peluang yang bisa dimanfaatkan oleh para Pengrajin Sepatu Sandal Ciomas Bogor adalah (a) Produk dikenal masyarakat, (b) Ketersediaan sumber daya manusia, (c) Lokasi dekat Pemasok, (d) Memiliki sistem pemasaran terpusat, (e) Tempat penjualan strategis dan (f) Memiliki banyak relasi.</p>
14	Achmad Amiruddin	Pemberdayaan UMKM Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya	Skripsi Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas	Deskriptif Kualitatif	Pemberdayaan	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Perdagangan melakukan kontrol pada proses dan teknik pemasaran produksi, serta kualitas produk selalu dikontrol



		Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan	Airlangga			oleh instruktur pelatih berpengalaman.
15	Nindi Aristi, Preciosa Alnashava Janitra	Kesiapan Digital Masyarakat Kampung Adat Naga Pada Pelaksanaan <i>One Village One Product</i>	Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 16, No. 1, Juni 2019	Kualitatif, Studi Kasus	Difusi Inovasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi TIK masyarakat Kampung Adat Naga berada pada level early majority dan kesiapan digital termasuk kelompok the unprepared
16	Mira Veranita, Yuda Syahidin, Gunardi	Mengembangkan UMKM Melalui Pelatihan Internet Marketing di Kecamatan Lengkong Kota Bandung	Jurnal Kuat: Keuangan dan Ankuantansi Terapan, Vol. 1, No. 1, Maret 2019, Hal. 41-48	Ceramah, Demonstrasi		Hasil dari kegiatan menunjukkan a. Kegiatan berjalan lancar sesuai dengan tujuan dan rencana yang telah ditentukan. b. Kegiatan ini disambut dengan baik dan antusias oleh semua peserta, meskipun awalnya para peserta pelatihan masih belum begitu memahami cara menggunakan Internet dalam menunjang aktivitas bisnisnya. c. Kegiatan PPM berupa Pelatihan Internet Marketing ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya Internet Marketing dalam pengembangan pemasaran produknya.
17	Aulia Uswatun Khasanah	Adopsi <i>e-commerce</i> Pada UMKM Tembaga di Boyolali	Skripsi, Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah	Kualitatif		Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses adopsi <i>e-commerce</i> terbagi menjadi fase inisiasi, fase keputusan dan fase <i>outcomes</i> . Lingkungan sangat



			ah Surakarta, 2018		berperan dalam proses adopsi <i>e-commerce</i> . Keinginan dan pengetahuan individu mengenai adopsi <i>e-commerce</i> masih rendah. Faktor yang menjadi daya tarik untuk mengadopsi <i>e-commerce</i> adalah faktor pemasaran, pelayanan dan kepercayaan konsumen, sedangkan faktor yang menjadi penghambat untuk mengadopsi <i>e-commerce</i> adalah keterbatasan sumber daya manusia dan kebermanfaatannya yang kurang dirasakan.
18	Febriyanti Darnis, Rezania Agramani, Isti Azdy	Pemanfaatan Media Informasi <i>Website</i> Promosi ( <i>e-commerce</i> ) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM Desa Pedado	Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 (SINDIMAS 2019)	Kualitatif	Hasil dari penelitian dapat disimpulkan: 1. penyebaran mengenai informasi dapat dilakukan melalui <i>website</i> , dengan menyebarkan alamat <i>website</i> melalui media sosial, 2. diharapkan Mitra UMKM dapat meningkatkan pendapatan melalui <i>website</i> 3. Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui <i>website</i> dan pemesanan dapat melihat riwayat pesannya 4. Mitra UMKM dapat mengarahkan pelanggan-pelanggan yang melakukan pemesanan melalui media WhatsApps atau messenger untuk melakukan pemesanan melalui <i>website</i> . 5. Mitra UMKM dapat memeriksa transaksi dan transaksi pemesanan lebih mudah, karena pencatatan sudah terintegrasi. 6. Mitra UMKM dapat melakukan pengembangan produk dan langsung memasarkannya, karena tersedia

						fitur tambah produk pada <i>website</i>
19	Hamzah Ritchi, Reza M. Zulkarnaen, Zulyan Dewantara dan Yogi Prayogi	Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas UMKM (Desa Wisata) Kepada Pasar di Lokasi Wisata Pangandaran dan Sekitarnya	Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2, No. 1, Februari 2108: 36-40	Diskusi dengan Aparatur Desa dan masyarakat		Hasil secara utuh dari aktifitas ini belum seluruhnya resmi selesai, sehingga akan ditindaklanjuti pada fase berikutnya. Fase berikutnya akan meliputi pembuatan portal dengan sumber data yang diperoleh dari komunitas desa Selasari serta pelatihan manajemen <i>website</i> pariwisata Desa Selasari.
20	Suparman Ali, Feby Inggriyani, Depy Muhamad Fauzy	Pemanfaatan <i>Website</i> Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Kerajinan Anyam Mendong di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya	Jurnal SOLMA, Vol. 7, No. 2, 2018, hal. 193-199	Pelatihan		Hasil dari pelaksanaan kegiatan PPM-MT ini merupakan bagian dari target kolaborasi Unpad dan Jawa Barat, khususnya Kabupaten Pangandaran. Secara lebih spesifik, artikel ini memberikan informasi sudah sejauh mana pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah disyaratkan. Hasil secara utuh dari aktifitas ini belum seluruhnya resmi selesai, sehingga akan ditindaklanjuti pada fase berikutnya. Fase berikutnya akan meliputi pembuatan portal dengan sumber data yang diperoleh dari komunitas desa Selasari serta pelatihan manajemen <i>website</i> pariwisata Desa Selasari.
21	Novi Miliana, Muhammad Rijalus Sholihin,	Pemanfaatan <i>Website</i> dan <i>Marketplace</i> Terpadu	Seminar Nasional Call for Papers Fakultas Ekonomi	Kualitatif		Hasil dari penelitian ini yaitu: 1. Untuk mengembangkan potensi dan daya saing UMKM yang ada di kabupaten Lumajang mengikuti era global, dapat

	Joko Nurhuda	Untuk Meningkatkan Potensi UMKM di Kabupaten Lumajang	Universitas Muhammadiyah Jember, 2018, hal. 161-167			<p>dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yaitu <i>e-commerce</i> berupa <i>website</i> dan <i>marketplace</i> yang saat ini digemari oleh masyarakat di Indonesia.</p> <p>2. Pemerintah atau sukarelawan dari masyarakat lumajang sendiri dapat membuat <i>website</i> dan <i>marketplace</i> terpadu yang dapat menjadi wadah bagi pelaku Usaha Kecil Menengah yang ada di Lumajang khusus produk-produk unggulan kabupaten Lumajang seperti olahan pisang, kopi, durian, batik khas Lumajang dan komoditi lainnya.</p> <p>3. Melalui <i>website</i> dan <i>marketplace</i> terpadu, konsumen produk UMKM Lumajang dapat dengan mudah melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM di kabupaten Lumajang dan masyarakat ekonomi kreatif berdaya saing di era global dapat tercapai.</p> <p>4. <i>Website</i> dan <i>marketplace</i> mampu memberikan <i>feedback</i> bagi pelaku ekonomi kreatif guna evaluasi hasil produk guna meningkatkan kualitas yang lebih baik.</p>
22	Adiska Fardani, Kridanto Surendro	Strategi Adopsi Teknologi Informasi Berbasis Cloud Computing Untuk UMKM di Indonesia	Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2011 (SNATI 2011)	<i>Operational Expenditure (OpEx)</i>		Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penerapan cloud computing bisa jadi merupakan solusi yang menjawab kebutuhan UMKM akan teknologi informasi yang efektif dan efisien. Solusi ini dapat meningkatkan performa proses bisnis UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, baik dari segi modal, sumber daya

						manusia, dan akses ke jaringan pemasaran.
23	Sandy Kosasi	Inovasi Teknologi Media Sosial: Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi	Konferensi Nasional Sistem & Informatika 2017, STIMIK STIKOM Bali	Deskriptif Kualitatif		<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kunci keberhasilan dalam proses adopsi inovasi teknologi media sosial mencapai kelincahan organisasi adalah tahap kesadaran, tahap menaruh minat, tahap evaluasi, dan tahap mencoba. Tahap kesadaran adalah tahapan dimana calon adopter belajar tentang sesuatu yang baru. Pengetahuan calon adopter terhadap hal yang akan diadopsi biasanya masih bersifat umum. Tahap menaruh minat, dimana calon adopter mulai mengembangkan informasi yang diperoleh pada tahap pertama. Calon adopter mulai mempelajari secara lebih rinci tentang ide baru tersebut. Lebih dari itu, calon adopter bahkan tidak merasa puas jika hanya mengetahui saja, akan tetapi mereka ingin berbuat yang lebih banyak lagi. Keberhasilan proses adopsi akan mendasari penentuan strategi pemasaran digital. Dimana digitalisasi akan membuat organisasi menjadi lebih lincah dalam menyesuaikan dengan kondisi elemen persaingan bisnis.</p>
24	Hendri	Adopsi Cloud Computing Untuk UMKM di Provinsi Jambi	Jurnal Ilmiah Media Processor, Vol. 10, No. 2, Oktober 2015	<i>Operational Expenditure (OpEx)</i>	TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> )	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gagasan cloud computing pada masa yang seperti ini, merupakan suatu solusi cerdas bagi UMKM dimana saat ini kebutuhan manusia akan data dalam bentuk</p>

						digital semakin banyak. Cloud computing memberikan kemudahan bagi UMKM untuk menyimpan data-data pekerjaan mereka dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya untuk membeli sebuah device storage, karena data mereka akan disimpan secara <i>online</i> dalam cloud storage, dimana data akan disimpan dalam satu server <i>online</i> . Penerapan cloud computing bisa jadi merupakan solusi yang menjawab kebutuhan UMKM akan teknologi informasi yang efektif dan efisien.
25	Vionita Mandala, Andeka Rocky Tanaamah, Johan J.C. Tambotoh	Adopsi Teknologi Informasi Pada UMKM: Studi Pemanfaatan Sosial Media Untuk Menjalankan Bisnis	Seminar Nasional Rekayasa Teknologi Industri dan Teknologi, 2014	Kuantitatif	TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> )	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Behavioral Intention</i> /Minat pemanfaatan teknologi informasi (BI) dipengaruhi secara langsung oleh <i>Perceived usefulness</i> /Persepsi Terhadap Kegunaan (PU). <i>Perceived usefulness</i> /Persepsi Terhadap Kegunaan (PU) secara langsung dipengaruhi oleh <i>Compatibility</i> /Kesesuaian (CM). Saat pemilik usaha UMKM menjalankan bisnisnya menggunakan sosial media, maka secara tidak langsung pemilik usaha akan meningkatkan tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan <i>sistem</i> secara terus menerus jika penggunaan sosial media dalam menjalankan usahanya dirasa berpotensi kedepannya untuk menjadi yang lebih baik saat merasakan kesesuaian dalam menggunakan sosial media.
26	Adellia Rosarindry Poetri	Adopsi <i>E-Commerce</i> Dengan	Skripsi, Manajemen, Fakultas	Survey	TAM ( <i>Technology Acceptance</i>	Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa <i>computer self efficacy</i>



		Pendekatan TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) bagi UMKM	Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, 2010		<i>Model</i> )	berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif pada <i>attitude towards using</i> dan <i>intention to use</i> , <i>attitude towards using</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use</i> , serta <i>intention to use</i> berpengaruh positif terhadap <i>actual usage</i> . Hasil pengujian juga mengindikasikan bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh secara negatif terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>attitude towards using</i> .
27	Monika Lee Supardi, Mei Ie	Pengaruh <i>Self Directing Learning</i> Dan Adopsi <i>E-Comeerce</i> Terhadap Kinerja UMKM di Jakarta	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Vol. 1, No. 2, 2019, Hal: 290-296	Kuantitatif	TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> )	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel <i>self directed learning</i> (X1) dan pengaruh positif dari variabel adopsi <i>e-commerce</i> (X2) terhadap kinerja UMKM (Y) di Jakarta.
28	Dyah Ari Susanti, Emmy Nurhayati, Vinsensius Bayu Kurniawan	Profil Adopsi Teknologi <i>E-Commerce</i> UMKM Pada Himpunan Industri Mebel Dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) Yogyakarta	Industrial Engineering Journal of The University of Sarjanawiyata Tamansiswa, Vol. 3, No.2, Desember 2019	Survey		Hasil penelitian ini adalah gambaran persentase tingkat adopsi teknologi E-Commerce pada UMKM anggota HIMKI Yogyakarta, juga didapatkan 10 faktor yang mempengaruhi adopsi E-Commerce.
29	Nurlinda, Vidya Fatimah	Determinan Adopsi <i>E-Commerce</i> Pada Kinerja	Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, Vol.7, No. 3, 2019, Hal.	Kuantitatif		Hasil penelitian menunjukkan secara serempak seluruh konstruk berpengaruh pada adopsi <i>e-commerce</i> dan adopsi <i>e-commerce</i> berpengaruh positif



		UMKM	445-464			dan signifikan pada peningkatan kinerja. Secara parsial kesediaan organisasi dan kesediaan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi e-commerce, sedangkan lingkungan eksternal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di Kota Medan. Penelitian berkontribusi untuk memberikan masukan dan gambaran terkait diterminan adopsi e-commerce. Ini akan menjadi dasar dalam menghilangkan penghambat dalam pemanfaatan e-commerce yang kemudian dapat meningkatkan kinerja UMKM. Peningkatan kinerja keuangan yang merupakan salah satu unsur kinerja yang akan meningkatkan laba.
30	Dr. Lana Sularto, Dr. Wardoyo, Dr. Tristyanti	Adopsi Teknologi Untuk Pencatatan Transaksi Pada UMKM Restoran Wilayah JABODET ABEK.	Prosiding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur&Teknik Sipil), Vol. 6, Oktober 2015, hal. 397-408	Deskriptif Kualitatif	Difusi Inovasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi komputer di kalangan UMKM terbukti cukup tinggi. Namun, tingkat adopsi mesin atau aplikasi computer untuk pencatatan transaksi harian di kalangan UMKM restoran masih sangat rendah. Penggunaan teknologi komputer oleh UMKM restoran masih belum dioptimalkan untuk hal-hal yang memberikan nilai untuk pengembangan restoran dan hal-hal strategis lainnya. Kendala komputer dan adopsi mesin atau aplikasi pencatatan transaksi harian di UMKM restoran didominasi oleh masalah internal, seperti: mereka tidak membutuhkan komputer

						<p>untuk pencatatan transaksi, masalah pendanaan untuk investasi teknologi, dan sumber daya manusia yang terbatas mampu yang dapat menjalankan teknologi.</p>
--	--	--	--	--	--	---



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

Dokumen

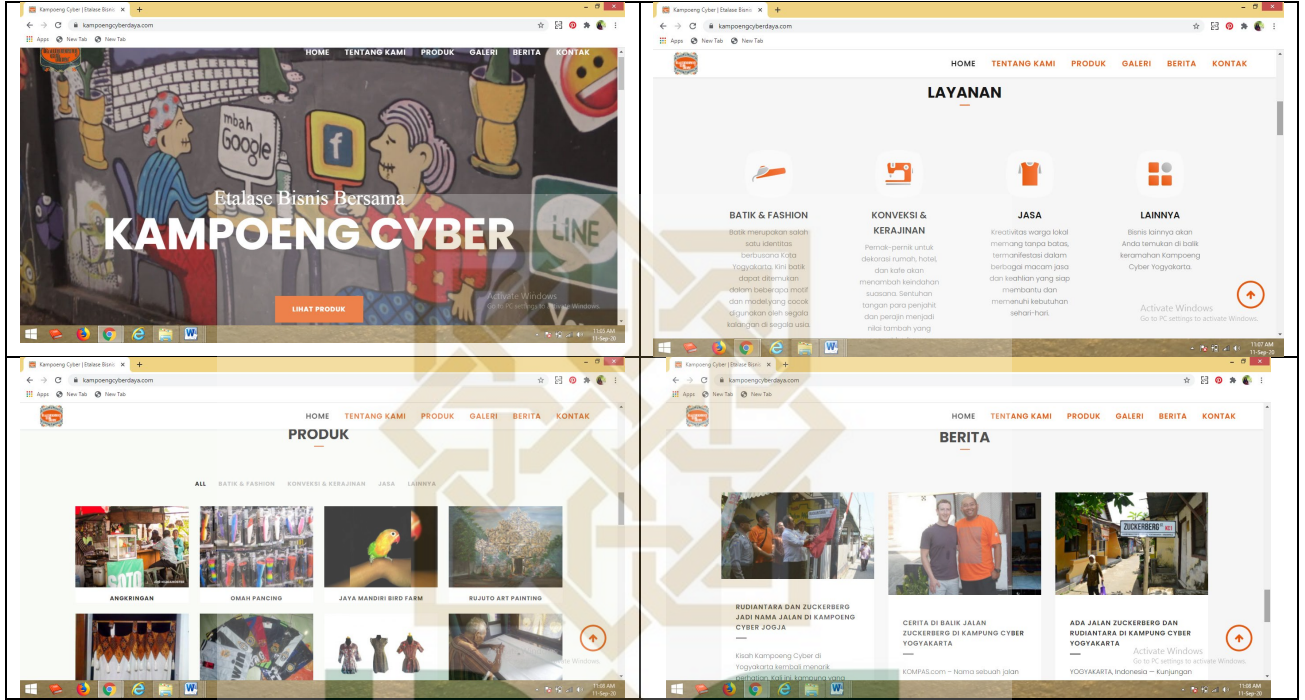
Gambar 5. Media Mural Kampung Cyber



Dokumentasi Arsip KC (16 Oktober 2019)



Gambar 6. Beranda *website* kampungcyberdaya.com



Printscreen oleh Penulis (11 September 2020)

Gambar 7. Kegiatan Pelatihan Komputer



Dokumentasi Arsip KC (16 Oktober 2019)

Gambar 8. Peta Wilayah dan Potensi Kampung Cyber



Dokumentasi Arsip KC (16 Oktober 2019)

Gambar 9. Instalasi Jaringan Internet Kampung Cyber



Dokumentasi Arsip KC (16 Oktober 2019)



Gambar 10. Observasi di Kampung Cyber



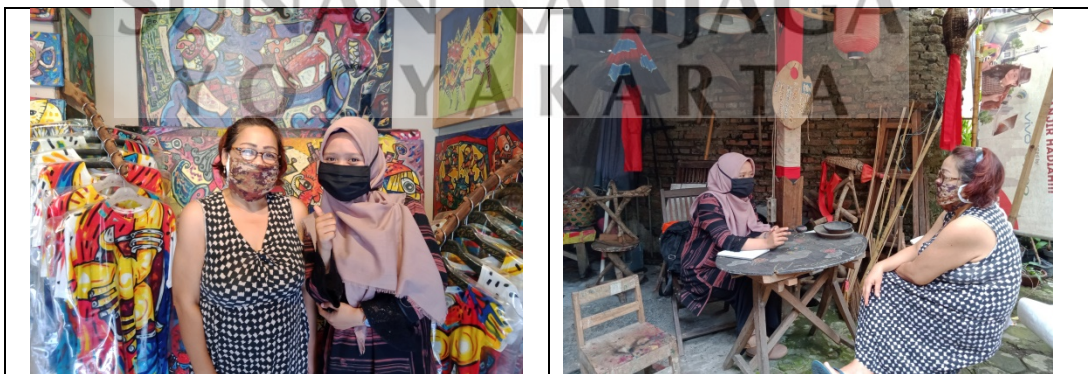
Dokumentasi oleh Santi (4 Oktober 2019)

Gambar 11. Wawancara dengan Koordinator sekaligus Ketua RT 36



Dokumentasi oleh Zanny (16 Oktober 2019)

Gambar 12. Wawancara dengan Pelaku UMKM Waroeng Lukis



Dokumentasi oleh Yosa Tria Nugraha (12 Agustus 2020)



Gambar 13. Wawancara dengan Pelaku UMKM Batik'E Lok Iwon



Dokumentasi oleh Yosa Tria Nugraha (12 Agustus 2020)

Gambar 14. Wawancara dengan Pengurus UMKM Kecamatan Keraton



Dokumentasi oleh Astutik (10 Agustus 2020)

Gambar 15. Wawancara dengan Kepala Dinas UKM Kota Yogyakarta



Dokumentasi oleh Yosa Tria Nugraha (12 Agustus 2020)

Gambar 16. Wawancara online dengan Para Pelaku UMKM Kampoeng Cyber



Hasil screenshoot oleh Penulis (11 September 2020)



## CURRICULUM VITAE

Nama : Ruci Fela  
 TTL : Tasikmalaya, 21 April 1997  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Status : Mahasiswa  
 Agama : Islam  
 Kewarganegaraan : Indonesia  
 Alamat : Kp. Kubang Ngamprah 03/04, Desa Sinagar, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya.  
 Nama Orang Tua : Totoy Tarya Wijaya dan Tuti Rohayati  
 E-mail : rucifela@gmail.com  
 No Handphone : 08981277762



### Riwayat Pendidikan:

No	Jenjang Pendidikan	Lembaga Pendidikan	Tahun Lulus
1	TK/RA	Al-Ikhlas	2003
2	SD/MI	SDN Sinagar	2009
3	SMP/MTs	MTs. Al-Muniroh	2012
4	SMA/MA/SMK	MA. Al-Muniroh	2015
5	Perguruan Tinggi	UIN Sunan Kalijaga	2020

### Pengalaman Organisasi:

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	HMPS Sosiologi	Bendahara	2018
2	DEMA FISHUM	Sekretaris	2019
3	Lab Sosiologi	Study Tour Lab	2018
4	KPMT-Yogyakarta	PSDM	2018
5	PMII Humaniora Park	BSOR Aisyah	2018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
 SUNAN KALIJAGA  
 YOGYAKARTA