**Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Usaha**

**M. Hafid Fikrianto1,\* dan Jamaaluddin1,\***

1Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Raya Gelam 250, Sidoarjo.

\*mhafidfikrianto@gmail.com

[\*jamaaluddin@umsida.ac.id](mailto:*jamaaluddin@umsida.ac.id)

**Abstrak.** Teknologi adalah suatu alat (atau benda berwujud tertentu) yang dibuat oleh manusia untuk membantunya menyelesaikan suatu persoalan. Sieiring dengan peprkembangan jaman, laju perkembangan teknologi terbilang sangat cepat, khususnya perkembangan pada teknologi informasi.teknologi informasi adalah suatu cara bagaimana mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, menganalisis dan menyebarkan suatu informasi. Teknologi informasi mempunyai keunggulan untuk mngembangkan suatu usaha dan membuat suatu usaha bisa dijalankan. Menurut Undang-Undang no 11. Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan ppenting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan maysrakat Dalam dunia bisnis peranan Teknologi Informasi dimanfaatkan untuk perdagangan secara elektronik atau dikenal sebagai E-Commerce (e-dagang) atau perdagangan elektronik.

**Kata Kunci:** wirausaha, teknologi informasi, *e-commerce*

**1. Pendahuluan**

Kewirausahaan adalah satu atau lebih orang yang berani mengambil resiko ekonomi membuat organisasi baru, dan mengunakan teknologi baru atau teknologi inovatif untuk membuat nilai (*creating value*) bagi orang lain (Schramm, 2006 dalam Zhang dan Zhang, 2013). Wirausaha melakukan sebuah proses yang disbut proses kreatif untuk menghasilkan nilai tambah yang berguna untuk menghasilkan nilai yang lebih tinggi. Pewira usaha memiliki posisi yang penting dalam suatu negara dimana jumlah mereka akan mempengaruhi proses kemajuan suatu bangsa. Ada bebrapa pendapat yang mengatakan bahwa jumlah pewirausaha yang harus dimiliki suatu negara harus berjumlah 2-5 persen dari total penduduk negara itu untuk dapat menunjang kemajuan suatu bangsa.

Teknologi informasi adalah suatu cara bagaimana mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, menganalisis dan menyebarkan suatu informasi. Teknologi Informasi telah menjadi bagian yang sangat penting dalam setiap rencana usaha. Perkembangan pesat yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang Teknologi Informasi (*IT*) yang secara langsung juga mendukung perkembangan internet, memberikan kemudahan bagi para user (*pengguna*) dalam hal ini pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnis dan usahanya. Kelajuan dunia Internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu dalam hal publikasi informasi yang beragam dalam bentuk elektronik, tidak hanya dalam cara yang efektif dan ramah terhadap pengguna (*user* *friendly*), tetapi juga dengan jalan menawarkan mekanisme untuk menyediakan basis data terpusat dan sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh siapapun dengan cara yang tidak terlalu sulit. Dalam bisnis, hal ini di aplikasikan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan, dan pemasaran di internet cenderung menembus berbagai

rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturanaturan yang baku yang berlaku seperti pada pemasaran secara konvensional. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana pembeli terhubung langsung dengan penjual, walau pun mereka berada di negara yang berbeda.

**2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan keterangan diatas, maka rumusan maslah yang diperoleh adalah bagaimana pewirausaha Indonesia mampu memanfaatkan teknologi informasi yang sudah tersedia?

**3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu agar pewirausaha Indonesia dapat memanfaat teknologi informasi guna mengembangkan usahanya. Dan manfaat yang diproleh yaitu meningkatkan kemampuan dalam bertransaksi elektronik bagi pewirausaha.

**4. Kajian Teori**

- e-commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. E-commerce mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing, dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau jaringan computer lainnya. Ecommerce bukan sebuah barang atau jasa, melainkan perpaduan antara jasa dan barang. E-commerce dan kegistan yang terkait internet dapat menjadi penggerak untuk memajukan ekonomi domestic dengan perdagangan dunia

**5. Pembahasan**

Indonesia membutukan 5,8 juta wirausaha baru untuk mencapai rasio wirausaha ideal dalam suatu negara yaitu 4% dari jumlah penduduknya. Sedangkan masih banyak warganya yang kurang berani mengambil resiko dengan menempuh bisnis usaha. Hal tersebut membuat Indonesia kesulitan dalam memajukan perekonomiannya.Electronic-Commerce(e-commerce) atau perdagangan elektronik adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-commerce ini.

Dan dalam dunia bisnis, peluang e-commerce masih sangat luas, mengingat pangsa pasar yang tersedia (terutama di Indonesia) masih terbuka lebar. Sejalan dengan berkembang pesatnya teknologi informasi kita dimudahkan dan diberi media yang baik dalam membuka sebuah usaha. Didalam wadah tersebut kita bisa membuka usaha yang kita inginkan tanpa perlu menyewa sebuah lapak untuk berjualan dan menunggu pembeli datang. Dengan traksaksi elektronik atau e-commerce palaku usaha dapat lebih mudah menjalankan bisnisnya, disana kita hanya cukup membuat akun dan menyiapkan katalog semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen

Dengan diterbitkannya Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 Tentang Teknologi informasi dan transaksi elektronik pemerintah Indonesia berusaha mendorong dan memberi ruang kepada warga negara dan kelompok usaha yang ada untuk membuka ataupun mengembangkan usahanya dalam pemenuhan kebutuhan. Hamper diseluruh perusahaan berskala besar maupun kecil menggunakan teknologi informasi. Teknologi merupakan salah satu aktifitas yang sangat dibutuhkan untuk memberikan peningkatan terhadap layanan bisnis yang mereka kelola. Dengan hadirnya aplikasi-aplikasi dan layanan e-bussiness, e-commerce, e-banking dan lain-lain. Kebutuhan efisiensi waktu dan biaya menyebabkan setiap pelaku bisnis merasa perlu menerapkan teknologi informasi dalam lingkungan kerja. Penerapan Teknologi Informasi menyebabkan perubahan pada pola kebiasaan kerja. Misalnya penerapan Enterprice Resource Planning (ERP).

Dalam dunia bisnis peranan Teknologi Informasi dimanfaatkan untuk perdagangan secara elektronik atau dikenal sebagai E-Commerce (e-dagang) atau perdagangan elektronik. E Commerce adalah perdagangan menggunakan jaringan komunikasi internet. E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain. Selain teknologi jaringan www, e-dagang juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (databases), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-dagang ini.Dengan melakukan kegiatan e-commerce kita dapat melakukan kegitan perdagangan secara lebih mudah, meningktatkan efektifitas dan efisiensi, dapat lebih mudah mempublikasikan jasa promosi dan komunikasi atau produk dan jasa yang dipasarkan, adanya pertukaran informasi antara penjual dan pebeli, dan yang labih penting transaksi lebih aman karena melibatkan institusi lain.

Perkembangan bisnis e-commerce di Indonesia melesat dalam lima thaun terakhir. Hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi E-commerce Indonesia(idEA) Google Indonesia dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa taun 2013 nilai pasar e-commerce Indonesia mencapai US$8miliar (Rp. 94,5 triliun) dan ditahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi US$25 miliar (295 triliun). Potensi ini dibarengi dengan jumlah penggunaan internet yang mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30 persen dari total penduduk Indonesia. Hal ini menbuat e-commercer menjadi tambang emas yang sangat menggoda bagi Sebagian orang yang bisa melihat potensi kedepannya. Apalagi adanya pasar bebas Asean, banyak pengamat yang memprediksi bahwa Indonesia akan menjadi market yang potensial dabi negara lain untuk menjual barangnya.

**6. Kesimpulan**

Diterbitkannya UU No.11 Tahun 2008 Tentang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diharapkan mambu menjadikan stimulus semangat bagi warga Indonesia untuk membuka usaha melalui e-commerce yang dapat kita ketahui bagaimana potensi besar yang ada didalmnya. Hal tersebut juga bagian dari meningkatkan ratio pewirausaha indonesi demi memajukan bangsa.

**7. Daftar Pustaka**

Jamaaluddin. 2017. “Tips Praktis Menjadi Pewirausaha Sukses”. Sidoarjo: UMSIDA PRESS

### Poerbo, Suyadi. 2014. ”Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Pengembangan Usaha Industri Kecil Menengah (Studi Kasus Pada IKM Dewi Ratih)” Jurusan Administrasi Niaga. Polteknik Negeri Semarang. Vol. 15, No. 1, Hal: 65-68.

### Aziz, Azwar. 2012. “Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos”. Puslitbang Sumberdaya dan Perangkat Pos dan Informatika. Vol. 10, No. 1, Hal: 35-50.

### Budi dan Fensi, Fabianus. 2018 “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha”. Program Studi Manajemen dan Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Bunda Mulia. Vol. 2, No. 1, Hal: 1-9.

### Rehatalanit, Y.L.R. 2016. “Peran E-commerce Dalam Pengembangan Bisnis”. DosenUniversitas Suryadarma Jakarta. Vol. 5, Hal: 62-69.