

KONSTRUKSI PENGUSAHA KAMPUNG UKM DIGITAL KOTA SEMARANG DALAM PENGGUNAAN INTERNET DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Darto Wahidin¹, Nursolin²

¹ Mahasiswa Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada
email: dartowahidin2@gmail.com

² Mahasiswa Pascasarjana FISIP, Universitas Airlangga
email: nursolin86@gmail.com

Abstrak

Saat ini internet telah menjadi kebutuhan bagi manusia, bahkan yang lebih ekstrim lagi internet telah mengubah kehidupan manusia itu sendiri. Revolusi Industri 4.0 yang telah diglobalkan pertama kali oleh Jerman salah satu cirinya berbasis *internet of things*. Bahkan *roadmap* atau *making* Indonesia 4.0 sebagaimana yang dikeluarkan oleh pemerintah, setidaknya ada 5 sektor industri yang jadi fokus di era digital, salah satunya industri makanan dan minuman. Bandeng presto sebagai sebuah produk makanan yang berbasis usaha kecil dan menengah, tentunya akan mengalami dampaknya jika dalam proses penjualan dan pembelian tidak berbasis internet yang dilakukan oleh pengusahanya. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui konstruksi pengusaha kampung UKM digital Kota Semarang dalam penggunaan internet di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini di analisis dengan mengacu pada teori Peter Ludwig Berger dan Thomas Luckmann. Jenis penelitian yang digunakan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang diperoleh berupa data primer. Lokasi dalam penelitian ini berada di Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Informan dalam penelitian ini sendiri yakni pengusaha bandeng presto di Kampung UKM Digital Kota Semarang. Teknik pengumpulan data yang dipakai dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa internet menjadi suatu kebutuhan, adanya akses terhadap internet telah meningkatkan pendapatan ekonomi pengusaha, dan terjadinya transformasi perdagangan digital. Penggunaan internet yang dilakukan pengusaha bandeng presto sesungguhnya telah memperkuat ketahanan ekonomi di tengah proses penjualan dan pembelian berbasis internet.

Kata Kunci: Konstruksi, Digital, Internet, Revolusi Industri 4.0

PENDAHULUAN

Saat ini internet telah menjadi kebutuhan bagi manusia, bahkan yang lebih ekstrim lagi internet telah mengubah kehidupan manusia itu sendiri. Dari yang dulu manusia dalam melakukan pekerjaannya harus bertatap muka (*face to face*), sekarang ini dengan teknologi yang ditunjang oleh internet telah mengalami transformasi bahkan pergeseran (*shifting*) tersebut terjadi dalam segala aspek kehidupan manusia itu sendiri (Martono, 2014:217-231). Sehingga wajar saja saat ini internet telah menjadi sebuah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Bahkan tak jarang dalam sebuah pergaulan manusia itu sendiri dikatakan *gaptek*, jika tidak bisa menggunakan teknologi dan internet sebagai perantaranya. Dalam konteks ini terkesan bahwa internet menjadi hal yang utama dalam sebuah pergaulan. Sehingga ada label dalam pergaulan kehidupan manusia saat ini, bahwa salah satu ciri manusia modern bisa menggunakan internet.

Revolusi Industri 4.0 yang telah diglobalkan pertama kali oleh Jerman dengan salah satu cirinya berbasis *internet of things*. Revolusi Industri 4.0 merupakan kelanjutan dari revolusi industri sebelumnya yang telah melewati revolusi industri 1.0, 2.0, dan 3.0. Salah satu dampak yang ekstrim yakni tergerusnya lapangan pekerjaan, dari yang dulu menggunakan tenaga manusia akan bergeser dengan menggunakan robot dan internet. Sehingga dalam menghadapi revolusi industri 4.0 ini negara-negara di dunia telah menyiapkan berbagai macam strategi. Bahkan Indonesia sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk yang menempati urutan keempat di dunia setelah Republik Rakyat Tiongkok, India, dan Amerika Serikat, juga telah mengeluarkan *roadmap* atau *making* Indonesia 4.0 sebagaimana yang dikeluarkan oleh pemerintah, setidaknya ada 5 sektor industri yang jadi fokus di era digital, salah satunya industri makanan dan minuman. Bandeng presto sebagai sebuah produk makanan

yang berbasis usaha kecil dan menengah, tentunya akan mengalami dampaknya jika dalam proses penjualan dan pembelian tidak berbasis internet yang dilakukan oleh pengusahnya.

Sesungguhnya penelitian kecil-kecilan ini menjadi hal yang menarik dan penting, karena istilah kampung UKM digital merupakan hal yang baru untuk saat ini ditengah arus perkembangan digitalisasi. Apalagi banyak pihak sedang memikirkan untuk mencari dan memberikan alternatif bagi pengembangan UKM dalam menghadapi proses perdagangan bebas berbasis teknologi, informasi, dan komunikasi yang ditunjang oleh internet. Melihat masalah (*problem*) di atas, sesungguhnya ada suatu pertanyaan didalam benak masing-masing individu, yakni: bagaimana konstruksi pengusaha kampung UKM digital Kota Semarang dalam penggunaan internet di era revolusi industri 4.0?. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui konstruksi pengusaha kampung UKM digital Kota Semarang dalam penggunaan internet di era revolusi industri 4.0.

Penelitian ini di analisis dengan mengacu pada teori Peter Ludwig Berger dan Thomas Luckmann. Realitas sosial menurut Berger dan Luckmann (1966:3-20) senantiasa diwarnai oleh proses konstruk individu terhadap dunianya, melalui beberapa tahapan atau moment, yaitu obyektivasi (pengobyektifan) dari proses-proses dan makna-makna subyektif yang dari situ lalu dipakai oleh individu membangun akal sehat intersubyektifnya. Akal sehat yang dibangun secara dialektik atau intersubyektif itu memuat tafsiran pra-ilmiah maupun kuasi ilmiah mengenai kenyataan sehari-hari, namun tafsiran itu diterima begitu saja sebagai sebuah kenyataan. Hal tersebut bisa digambarkan bahwa linkage antara struktur atau realitas obyektif dengan realitas subyektive dengan cara menyeimbangkan antara struktur masyarakat dan individu bila dibandingkan (Maliki, 2012:294).

Konsep internet sebagaimana dikonsepkan oleh Ahmadi dan Hermawan (2013:68), bahwa internet merupakan komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Saat ini internet telah menjadi sebuah kebutuhan bagi suatu kelompok, individu, bahkan kalangan pembisnis atau pengusaha, karena dengan internet tersebut dapat memudahkan proses penjualan dan pembelian barang dagangan yang dihasilkan. Sehingga dalam konteks ini internet telah digunakan tanpa batas yang melintasi ruang dan waktu dengan segala aspeknya tak terkecuali aspek pendidikan saja namun juga aspek ekonomi, politik, sosial, dan lain sebagainya. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi yang tanpa batas ini tak jarang juga penggunaan internet disalahgunakan untuk hal-hal yang negative, seperti penipuan, akses video porno, maupun menyebarkan berita *hoax*. Pada dasarnya penggunaan internet tergantung dari pengguna itu sendiri, jika dalam menggunakan internet untuk perbuatan positif dan sehat, maka hasilnya pun akan baik. Namun, jika digunakan untuk perbuatan negatif, hasilnya pun buruk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2014:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk deskriptif yang merupakan pencarian fakta dengan menggunakan interpretasi yang tepat. Sumber data yang diperoleh berupa data primer yang langsung memberikan data kepada peneliti dari sumber observasi, wawancara dan dokumentasi. Lokasi yang dijadikan untuk penelitian ini di Lokasi penelitian ini berada di Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Alasan pemilihan di Kota Semarang tersebut karena terkenal sebagai penghasil bandeng presto dan daerah tersebut terkenal sebagai kampung UKM digital.

Informan dalam penelitian ini sendiri yakni dua orang pengusaha bandeng presto di Kampung UKM Digital Kota Semarang. Penentuan informan penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* yang dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu dalam mengkonstruksi penggunaan internet. Teknik

pengumpulan data yang dipakai dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam teknik pengumpulan data observasi dilakukan dengan mengamati lokasi penelitian di lingkungan Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Sedangkan wawancara digunakan untuk menggali data yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian mengenai bagaimana konstruksi pengusaha kampung UKM digital Kota Semarang dalam penggunaan internet di era revolusi industri 4.0. Wawancara dilakukan secara *directive* dalam artian peneliti berusaha mengarahkan pembicaraan sesuai dengan fokus permasalahan yang akan dipecahkan. Sedangkan dokumentasi berupa foto sangat diperlukan sebagai upaya untuk menunjang data-data yang telah diperoleh melalui wawancara.

Teknik analisis data dengan memilih data secara selektif serta disesuaikan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Analisis data dalam penelitian ini berupa reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan verifikasi. Reduksi data dalam penelitian ini diperoleh dari teknik pengumpulan data yang berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian dipilih data yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting sehingga data menjadi jelas dan sistematis. Data tersebut disajikan dalam bentuk deskriptif beserta bukti dokumentasi berupa foto, dalam hal ini untuk mengetahui mengenai konstruksi pengusaha kampung UKM digital Kota Semarang dalam penggunaan internet di era revolusi industri 4.0 dan dihubungkan dengan teori konstruksi dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Setelah data disajikan dilakukan penarikan kesimpulan, kesimpulan harus dapat menghubungkan data dengan teori yang dihubungkan. Agar kesimpulan penelitian yang disajikan dalam makalah menjadi lebih bisa dipercaya maka dilakukan verifikasi data. Setelah dilakukan verifikasi data kemudian diberikan saran terhadap pihak yang terkait demi kemajuan bisnis UKM berbasis internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap dua orang informan, yang dalam hal ini pengusaha bandeng presto di Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang menemukan bahwa internet telah menjadi suatu kebutuhan bagi pengusaha bandeng presto untuk memasarkan produk yang telah dihasilkannya, adanya akses terhadap internet ini juga telah meningkatkan pendapatan ekonomi pengusaha bandeng presto itu sendiri, dan terjadinya transformasi perdagangan digital dari yang dulu masih memasarkan bandeng presto *door to door, face to face* atau pembeli datang langsung ke toko, sekarang ini seorang pengusaha dalam memasarkan produk bandeng presto sudah secara online. Proses kesadaran terhadap penggunaan internet bukanlah secara tiba-tiba dan dengan mudah begitu saja diterima oleh para pengusaha bandeng presto, di awal pemberian sosialisasi atau pemberdayaan yang dilakukan oleh pihak PT Telekomunikasi Indonesia terhadap pengusaha bandeng presto, para pengusaha ini masih takut, ragu, dan kurang paham dalam penggunaan internet. Tapi, lambat laun semua itu berubah dan pengusaha bandeng presto bisa menikmati hasilnya dari adanya internet.

Internet yang ada di Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang ini merupakan bentuk program Bina Aspirasi Gerakan Sejuta UKM Seluruh Indonesia (BAGUS) Indonesia dan wujud bakti dari PT Telekomunikasi Indonesia untuk membantu dan mengembangkan UKM yang ada di Indonesia dalam rangka melakukan modernisasi dan meningkatkan kompetensi UKM (Wahidin, 2018:54). Sehingga daerah bandeng presto yang terkenal di Kota Semarang ini mendapat julukan sebagai kampung UKM digital yang ada di Kota Semarang. Parameter implementasi dari kampung UKM digital sendiri pada dasarnya ada beberapa hal yang harus dipenuhi, yakni: (1) Harus tersedianya jaringan infrastruktur telekomunikasi yang menjangkau seluruh wilayah kampung UKM; (2) Adanya wadah komunitas atau *volunteer* UKM; dan (3) Dilakukan pemanfaatan solusi dan layanan teknologi, informasi, dan komunikasi di dalam lingkungan kampung UKM (Wahidin, 2018: 55-56).

Internet Suatu Kebutuhan

Pengusaha bandeng presto menyadari betul bahwa saat ini internet telah menjadi suatu kebutuhan, untuk memasarkan produk yang dihasilkannya melalui internet. Penjual bandeng presto di Kota Semarang sangat banyak tak terhitung jumlahnya, karena memang Kota Semarang dikenal sebagai penghasil bandeng presto terbaik di Indonesia. Bahkan di daerah lainnya terutama wilayah Pantai Utara Pulau Jawa (Pantura) banyak daerah penghasil bandeng lalu mengolah bandeng tersebut kemudian dipasarkan juga ke kotabesar seperti Semarang. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pengusaha bandeng presto dengan menjual produknya berbasis online, agar dapat bersaing dengan penjual bandeng presto lainnya yang besar khususnya di jalanan Kota Semarang, terutama yang ada di pusat oleh-oleh Jalan Pandanaran Kota Semarang. Sedangkan di Jalan Purwosari IV Kelurahan Tambakrejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, walaupun penghasil bandeng di Kota Semarang karena memang dekat dengan pesisir, tapi tidak dalam skala besar karena memang bentuknya hanya Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Tetapi, walaupun masih berbentuk UKM kualitas dari produk bandeng presto yang dihasilkan sendiri sangatlah baik karena sudah tersertifikasi secara berkala oleh lembaga terkait karena memang proses pengelolaan dari bandeng presto sendiri sudah menggunakan teknologi yang modern.



Gambar 1. Proses Pengelolaan Bandeng Presto

Adanya Akses Terhadap Internet Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pengusaha

Sejak diberikan pengarahan dan pemberdayaan oleh berbagai pihak terkait seperti dari Kementerian Kelautan dan Perikanan, Dinas Perdagangan Provinsi Jawa Tengah, Dinas Perdagangan Kota Semarang, Dinas Usaha Kecil dan Menengah Kota Semarang sampai Bukalapak pun pernah memberikan pengarahan dan pemberdayaan terkait dengan penjualan berbasis online. Sedikit demi sedikit pengusaha bandeng presto mencoba merubah dan melakukan penjualan berbasis online, walaupun dengan ketidaktahuan dari pengusaha bandeng presto sendiri dan sumber daya manusia yang terkait penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) yang terbatas tetap melakukan penjualan secara online baik melalui *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Bukalapak*, *WhatsApp*, maupun media sosial lainnya.

Dari penjualan berbasis online tersebut sesungguhnya telah meningkatkan pendapatan pengusaha bandeng presto itu sendiri. Bandeng presto sebagai sebuah kebutuhan bagi orang-orang kantor sebagai menu makanan siang dan oleh-oleh dari Kota Semarang bagi orang yang berlibur dan singgah di Kota Atlas tersebut, karena memang bandeng presto sangat praktis. Proses peningkatan terhadap produk penjualan bandeng presto meningkat drastis pada bulan-bulan tertentu misalnya menjelang mudik lebaran dan setelah arus balik, seperti diketahui bersama bahwa Kota Semarang posisinya sangat strategis yang berada di Jalur Pantai Utara Pulau Jawa (Pantura) dan juga berada pada lingkaran Jogjakarta, Solo, dan Semarang atau yang dikenal dengan Joglosemar.

Terjadinya Transformasi Perdagangan Digital

Internet yang ada di lingkungan sekitarnya telah digunakan secara sehat dan positif oleh kalangan pengusaha bandeng presto. Dari yang dulu menjual *face to face* bahkan *door to door*, saat ini pengusaha bandeng presto telah mampu merambah dalam proses penjualan berbasis online. Walaupun masih memungkinkan untuk menerima penjualan secara langsung bagi pembeli yang datang ke toko. Penjualan berbasis online bukan berarti tidak menimbulkan dampak negatif, berdasarkan wawancara terhadap salah satu informan hampir pernah mengalami penipuan oleh konsumen yang berasal dari Batam tersebut dengan modus membeli bandeng presto dalam jumlah banyak. Namun, dalam proses pembelian berbasis online harus mengirim barang terlebih dahulu padahal secara aturan yang ditetapkan oleh pengusaha bandeng presto harus membayar terlebih dahulu baru produk bandeng presto tersebut akan dikirim via pengiriman baik itu Tiki, NJE, J & T Express maupun paketan pengiriman lainnya.

Pengusaha bandeng presto menyadari betul bahwa saat ini persaingan dagang sangat ketat, hampir semua penjualan berbasis digital dan online. Terjadinya kesadaran dari pengusaha bandeng presto secara langsung dipengaruhi oleh pengetahuan yang diberikan oleh institusi yang telah memberikan pemberdayaan terhadap pengusaha bandeng presto sendiri dan adanya dorongan dari anak-anak pengusaha sendiri yang mana sebagai generasi milenial yang aktif di dunia media sosial. Secara tersirat dari terjadinya transformasi perdagangan digital ini dapat lebih mudah, efisien, dan menghemat pengeluaran bagi pengusaha itu sendiri, sedangkan bagi konsumen pun memudahkan dalam melakukan pembelian. Pengusaha bandeng presto pun bekerjasama dalam proses pengiriman dengan Go-Jek dan Grab, jika dalam pengiriman tersebut masih dalam wilayah Kota Semarang. Hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen, jika konsumen yang membeli tidak datang secara langsung ke toko bandeng presto.



Gambar 2. Proses Pemasaran Terintegrasi Internet

Penggunaan internet yang dilakukan pengusaha bandeng presto sesungguhnya telah memperkuat ketahanan ekonomi di tengah proses penjualan dan pembelian berbasis internet (Wahidin, 2018:127). Selain menjaga kualitas produk bandeng presto itu sendiri, agar dapat bersaing dengan produk bandeng presto lainnya. Ada hal yang terus diperhatikan dan diutamakan yakni terkait proses pemasaran yang berbasis online. Strategi yang dilakukan oleh pengusaha bandeng presto sendiri merupakan bagian dari proses untuk mempertahankan diri dari gempuran perdagangan berbasis online saat ini. Penjualan dan pembelian yang berbasis online juga telah memudahkan pengusaha untuk memasarkan produk bandeng presto, hanya dengan duduk manis depan komputer dan handphone yang dipegangnya, tentunya harus terintegrasi dengan internet.

Pengusaha menyadari betul bahwa saat ini hampir semua produk apapun bisa dipasarkan secara online dengan menggunakan internet. Proses kesadaran secara sungguh-sungguh ini sebagaimana oleh Berger dan Luckmann (1966:3-20), selalu diwarnai oleh konstruk pengusaha bandeng presto itu sendiri

terhadap realitas yang terjadi saat ini yakni berupa dunia digital. Kesadaran yang dibangun secara akal sehat ini tentunya tidak mudah begitu saja diterima dan dilakukan oleh pengusaha bandeng presto itu sendiri di awal-awal proses penggunaan internet yang terjadi. Hal ini disebabkan karena konstruk pengetahuan yang ada tidak memungkinkan dan ditambahkan lagi dengan sumber daya manusia yang menguasai terkait dengan pengelolaan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) yang terbatas. Sehingga untuk mewujudkan menjadi kenyataan tersebut harus kerja sama dan kerja keras dari semua pihak yang terkait untuk membantu mensukseskannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Saat ini internet telah menjadi sebuah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Revolusi industri 4.0 yang beridentitaskan *internet of things* telah membawa dampak salah satunya terhadap pengusaha bandeng presto. Pengusaha bandeng presto menyadari betul bahwa saat ini internet telah menjadi suatu kebutuhan, untuk memasarkan produk yang dihasilkannya. Adanya internet ini telah membawa ke arah penjualan berbasis online, yang telah meningkatkan pendapatan ekonomi pengusaha bandeng presto itu sendiri. Bahkan internet telah mampu mengubah proses penjualan dari yang dulu menjual bandeng presto *face to face* bahkan *door to door*, saat ini pengusaha bandeng presto telah mampu merambah dalam proses penjualan berbasis online yang menyebabkan terjadinya transformasi perdagangan digital. Proses penggunaan internet ini dilakukan dengan penuh kesadaran secara sungguh-sungguh, namun selalu dikonstruksi oleh pengusaha bandeng presto itu sendiri terhadap realitas yang terjadi saat ini berupa persaingan digital.

Dari kesimpulan di atas tersebut, dapat diberikan saran terhadap pihak yang terkait yakni: (1) Pemerintah dan pihak-pihak yang terkait, supaya dapat membantu memperlancar dan memperluas jaringan akses terhadap internet, khususnya pada UKM-UKM di Indonesia; (2) Masyarakat, supaya dapat menggunakan internet secara positif dan sehat untuk kemajuan demi perekonomian bangsa dan negara; (3) Pengusaha, agar dapat lebih intens mengembangkan penjualan dan pembelian secara *online* melalui media sosial terhadap produk yang diproduksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Berger, Peter L. dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality*. New York: Double Day.
- Maliki, Zainuddin. 2012. *Rekonstruksi Teori Sosial Modern*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Martono, Nanang. 2014. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Wahidin, Darto. 2018. "Kampung UKM Digital: Solusi Modernisasi dalam Pembangunan Usaha Nasional di Era Ekonomi Digital" dalam *Suara Akademisi: Pembangunan Indonesia Optimalisasi Peran Peneliti Muda Pascasarjana dalam Membangun Negara*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Wahidin, Darto. 2018. *Optimalisasi Penggunaan Internet Sebagai Solusi Modernisasi Pengusaha Kampung UKM Digital Kota Semarang dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi*. Prosiding Seminar Nasional dan Konferensi Sosiologi Perkotaan 2018 dengan tema "*Urban Crisis and Style of Urban Demography*" disampaikan di Universitas Sebelas Maret tanggal 12 Desember 2018