

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

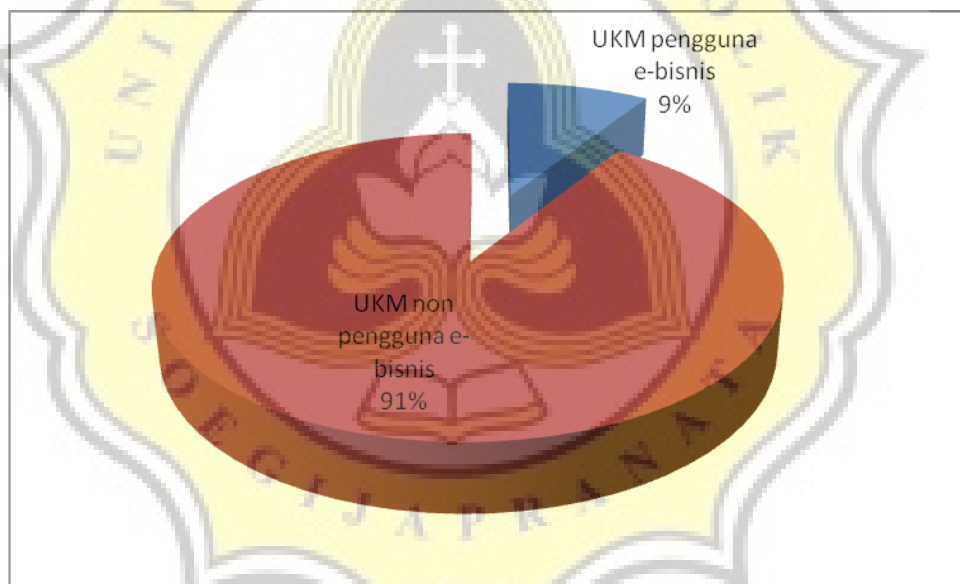
Seiring dengan perkembangan pesat e-bisnis, perusahaan di seluruh dunia saat ini menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Dengan permintaan pelanggan yang lebih besar dan teknologi yang baru muncul, perusahaan harus mengimplementasikan inovasi dan reformasi dalam menanggapi tantangan signifikan yang dihadapi (Chang et al., 2011). Dengan pengaruh globalisasi dan difusi informasi yang masif, usaha kecil dan menengah (UKM) semakin sulit untuk mencapai target pendapatan.

Dalam lingkungan ekonomi global, UKM memainkan peran penting dalam mempromosikan pembangunan ekonomi. Di AS, setengah dari semua karyawan sektor swasta dipekerjakan oleh UKM, yang merupakan 40% dari perusahaan sangat inovatif tahun 2002. Demikian pula, di Taiwan, jumlah UKM menyumbang sekitar 97,7% dari total perusahaan, mempekerjakan 76,58% dari tenaga kerja negara pada tahun 2008. Fitur unik ini memungkinkan UKM memiliki pengaruh besar di setiap negara. Oleh karena itu, tugas mempromosikan e-bisnis sangat penting untuk kompetisi UKM (Au et al., 2002).

Permasalahan yang muncul dalam riset ini adalah Bank Indonesia (BI) menyatakan masih banyak pelaku UKM belum memaksimalkan penggunaan internet (e-bisnis) untuk memperluas pangsa pasarnya. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh BI di tahun 2015, dari total jumlah UKM sebanyak 57,9 juta di

seluruh Indonesia, hanya 9% yang serius menggunakan internet (e-bisnis) untuk menjual produknya. Saat ini dunia berada pada era revolusi digital, yang artinya aktivitas dan layanan digital telah menyentuh seluruh lini. Meluasnya berbagai aktivitas berbasis digital tersebut telah menciptakan tantangan sekaligus peluang pengembangan bisnis bagi seluruh pelaku UKM. Namun, melihat persentase jumlah UKM yang melek teknologi artinya pola pikir UKM belum selaras dengan perkembangan teknologi yang ada sehingga dibutuhkan penelitian lebih lanjut tentang apa saja yang mempengaruhi kesuksesan e-bisnis di UKM Semarang.

Gambar 1.1. Permasalahan Penelitian



Sumber: Bank Indonesia (2015)

Dalam lanskap kompetitif ini, UKM harus mengenali lingkungan operasional, merencanakan strategi yang efektif, dan berinvestasi dalam teknologi informasi (TI) yang tepat dan sistem informasi (SI) untuk meningkatkan laba bagi organisasi. Untuk meningkatkan daya saing inti dan *positioning*, berbagi informasi penting melalui sistem informasi dan teknik komunikasi dapat berfungsi

sebagai strategi utama bagi UKM untuk memperkuat pijakan pasar. Oleh karena itu, sebagai teknologi berasal dari permintaan, pengakuan pengaruh karakteristik sistem dan faktor kognitif pengguna pada kepuasan sistem informasi setelah pengenalan e-bisnis di UKM adalah subjek penelitian yang signifikan untuk meningkatkan kemandirian dari sistem informasi, bersama dengan manajemen operasional organisasi (Piccoli et al., 2001).

Fitur dari model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean dipelajari dengan menguji pengaruh karakteristik sistem pada penggunaan sistem dan pada kepuasan pengguna terkait dengan kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan dari sistem, dan dengan lebih jauh menilai manfaat bersih utamanya untuk individu dan organisasi (DeLone & McLean, 2004). Menurut sejumlah peneliti, keyakinan pengguna dan ekspektasi internal merupakan proses psikologis yang kompleks (Marakas et al., 2007). Namun, kemampuan aplikasi teknologi informasi dalam memperkuat kemandirian individu dan organisasi masih belum diketahui. Pandangan belaka dari aspek sistem saja mungkin tidak sepenuhnya menguraikan semua faktor. *Social Cognitive Theory* (SCT) berasal dari *Social Learning Theory* (SLT) dan mendefinisikan konstruksi psikologi sosial dari perilaku manusia sebagai interaksi dinamis dan timbal balik dari faktor pribadi, perilaku, dan lingkungan (Bandura, 1997). Dengan demikian, kepercayaan pengguna dan ekspektasi internal pada aplikasi komputer adalah masalah kritis untuk implementasi sistem informasi. Namun, ketika mempertimbangkan efek karakteristik sistem informasi pada faktor kesuksesan e-

bisnis UKM, konstruksi psikologis juga dibentuk dan digunakan untuk memandu tindakan manusia (Bandura, 1997; Marakas et al., 2007).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Chang et al. (2011) dengan menjawab keterbatasan untuk meneliti menggunakan objek selain di UKM Taiwan. Validitas eksternal (*external validity*) menunjukkan bahwa hasil dari penelitian ini dapat digeneralisasikan ke semua objek, situasi, dan waktu yang berbeda. Validitas eksternal ini banyak berhubungan dengan pemilihan sampel. Sampel yang memenuhi validitas eksternal yang tinggi adalah sampel yang tidak bias, sehingga akan menghasilkan penelitian yang dapat digeneralisasikan hasilnya ke semua objek, situasi dan waktu yang berbeda (Hartono, 2013:149). Oleh karena itu penelitian ini berusaha megeneralisasikan hasil penelitian Chang et al. (2011) yang meneliti di UKM Taiwan dengan meneliti di UKM Semarang.

Maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Karakteristik Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna E-bisnis di Usaha Kecil dan Menengah Semarang.”

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap ekspektasi hasil?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap *self-efficacy* komputer?
3. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif terhadap ekspektasi hasil?
4. Apakah kualitas sistem berpengaruh positif terhadap *self-efficacy* komputer?

5. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap ekspektasi hasil?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap *self-efficacy* komputer?
7. Apakah *self-efficacy* komputer berpengaruh positif terhadap ekspektasi hasil?
8. Apakah ekspektasi hasil berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna?
9. Apakah *self-efficacy* komputer berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap ekspektasi hasil.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap *self-efficacy* komputer.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap ekspektasi hasil.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem terhadap *self-efficacy* komputer.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap ekspektasi hasil.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap *self-efficacy* komputer.
7. Untuk menganalisis pengaruh *self-efficacy* komputer terhadap ekspektasi hasil.

8. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi hasil terhadap kepuasan pengguna.
9. Untuk menganalisis pengaruh *self-efficacy* komputer terhadap kepuasan pengguna.

Sementara manfaat penelitian ini adalah:

1. Kontribusi riset

Penelitian ini sebagai acuan penelitian berikutnya tentang pengaruh karakteristik sistem informasi terhadap kepuasan pengguna e-bisnis di UKM Semarang.

2. Kontribusi praktik

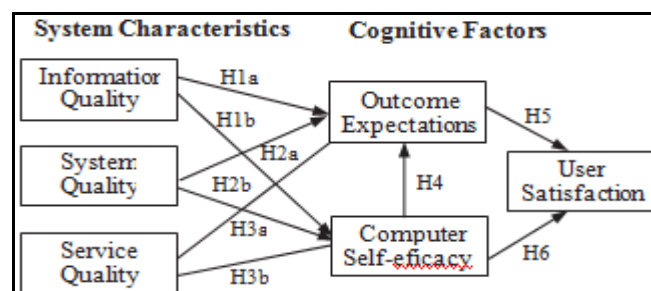
Penelitian ini memberikan masukan bagi para pelaku UKM Semarang dalam membuat kebijakan berkaitan dengan kepuasan pengguna e-bisnis.

3. Kontribusi teoritis

Penelitian ini sebagai pembuktian dari model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean.

1.4. Kerangka Pikir

Gambar 1.2. Kerangka Pikir



1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi mengenai populasi dan sampel, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Berisi analisa yang untuk menjawab permasalahan yang diajukan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari analisis pada bagian sebelumnya.