

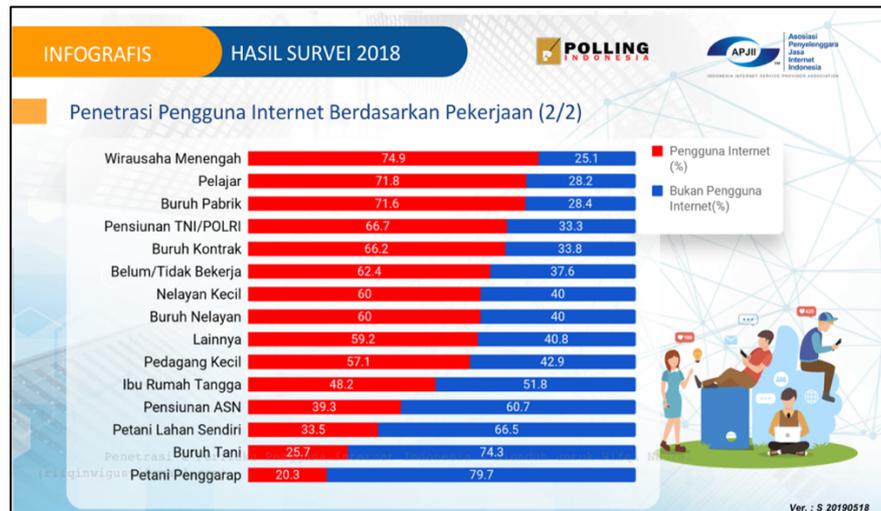
BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi SI, dan sistematika penulisan.

1.1 LATAR BELAKANG

Kebutuhan manusia yang semakin kompleks menjadikan perubahan dalam lingkungan bermasyarakat. Dunia *ICT (Information, Communication, Technology)* juga memberikan dampak kepada dunia industri yaitu Usaha Kecil Menengah (UKM). Dimana dapat dilihat dari statistik (APJII, 2018) sebesar 74,9% wirausahawan menengah telah menggunakan internet. Sedangkan persentase dari pedagang kecil sebesar 57,1% yang menggunakan internet. Menurut DPM - PTSP Kota Surabaya dikutip dari katadata.co.id menyatakan investasi yang masuk ke Jawa Timur menembus Rp. 57,37 triliun selama 2018, lebih dari 98,5% diantaranya berasal dari pelaku usaha menengah, kecil dan mikro (UMKM) dan perusahaan *startup* (Martha, 2019). *Smartphone /* Telepon genggam pintar yang terhubung ke internet memiliki persentase penggunaan tiap hari yang tertinggi menurut (APJII, 2018) persentase tersebut mencapai 93,9. Serta menurut survey dari (APJII, 2016) persentase konten internet yang diakses masyarakat Indonesia sebanyak 93,1% atau 123,5 juta adalah komersial. Berikut adalah grafik tentang penetrasi pengguna internet berdasarkan pekerjaan menurut APJII (2018).



Gambar 1.1 Infografis APJII

Pemberdayaan UKM diperlukan untuk menghadapi perkembangan digitalisasi yang kini merambah juga pada dunia industri, seperti meningkatkan produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Menurut Sudaryanto, Ragimun, dan Wijayanti (2014) diperlukan pemberdayaan agar menambah nilai jual UKM, untuk bersaing dengan produk – produk asing serta kompetitor lain, mengingat UKM adalah sektor ekonomi yang menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Dalam dunia bisnis pemberdayaan merupakan upaya pemberian kesempatan pada suatu kelompok kecil atau menengah agar memiliki modal, teknologi informasi, jaminan pemasaran, dan lain sebagainya (Mardikanto dan Soebiyanto, 2012). Menurut F. Ramadhani dan Y. Arifin (2013) mengutip dari Ishak dan Effendi (2005) sedangkan masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku UKM adalah tentang kurangnya akses informasi yang memadai, khususnya informasi tentang pasar.

Kemudahan dan efisiensi dimanfaatkan juga oleh PT SRC untuk mengembangkan sebuah aplikasi AYO SRC Toko, yang mana hadir dalam *platform mobile* berbasis Android. Aplikasi ini tergolong pada kategori *Business to*

Business yang mana memiliki fitur memproses pemesanan retail ke agen, melakukan promosi, memberikan hak kepada pemilik toko untuk berbagi informasi bisnis dan strategi bisnis serta menjadikan aplikasi ini sebagai wadah media berita. *Business to Business* (B2B) merupakan bentuk transaksi dimana pihak yang terlibat adalah organisasi bisnis (Herman dan Yakub, 2010).

Fenomena yang sering terjadi pada pelaku UKM tradisional dalam menerapkan teknologi informasi dalam bisnisnya yaitu berkaitan dengan kesulitan dalam memilih pemasok (agen), kesulitan dalam memilih produk, kinerja dari pemasok yang kurang memuaskan, kesulitan dalam meningkatkan daya saing dan tidak mempunya pemasok untuk mempertahankan standart (Al-qirim dan Bathula, 2002). Menurut Direktur Urusan Eksternal dan Fiskal PT HM Sampoerna Tbk. yang dikutip dari jawapos.com (Ali M., 2019) menyatakan Aplikasi AYO SRC Toko ini merupakan bentuk dukungan solusi terhadap program pemberdayaan pemerintah melalui inovasi PT HM Sampoerna Tbk. terhadap para peritel tradisional dengan memberikan pengenalan pasar modern, strategi penataan toko, strategi pemasaran, dan manajemen stok. Program dan aplikasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pelaku UKM yang berdaya saing tinggi serta turut memutar roda perekonomian di daerah. Demikian juga dengan program pemerintah tentang pemberdayaan UKM (retail) yang bertujuan untuk menghadapi pasar modern yang mana diharapkan dapat memperkuat pelaku UKM agar memiliki daya saing dan berbasis IPTEK, serta membantu dalam meningkatkan roda perekonomian masyarakat dan menghadapi tantangan pelaku UKM tradisional (Kemenkop dan UKM, 2015).

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, aplikasi *mobile* ini telah hadir pada bulan Mei 2019 yang mana kini dapat digunakan di seluruh Indonesia. Aplikasi AYO SRC Toko merupakan sebuah inovasi baru dalam wadah pemberdayaan UKM berbasis teknologi informasi demi meningkatkan daya saing pelaku retail dengan konsep kemitraan.

Dalam penelitian sebelumnya pentingnya pengukuran kesuksesan sistem informasi yang berorientasi pada pelanggan diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Apabila organisasi melakukan investasi pada suatu sistem informasi, organisasi harus menunjukkan sikap yang akan berdampak pada penggunaan sistem, kepuasan pengguna, dan manfaat dari sistem tersebut. Oleh karena itu penting bagi sebuah organisasi untuk mengawasi dan mengukur kinerja sistem mereka (Chong, Cates, & Rauniar, 2010). Penelitian tentang pengukuran serta kesuksesan sebuah sistem informasi dapat dijelaskan dari berbagai hal, diantaranya kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan pengguna (Admaja, 2014).

DeLone dan McLean *Information Success Model* dapat digunakan sebagai salah satu model *Information System* yang komprehensif (Brown & Jayakody, 2008) dan (Chong et al., 2010). Menurut DeLone dan McLean (2003) model *DeLone and McLean 2003* diperbarui untuk disesuaikan dengan tantangan pengukuran *e-commerce* yang baru. Model ini dapat membantu mengintegrasikan model kesuksesan sistem informasi (Licker & Molla, 2001). Seperti yang dinyatakan oleh Chong, Cates, dan Rauniar (2010) bahwa model pengukuran *e-commerce* DeLone dan McLean memerlukan lebih banyak lagi uji validasi.

Sehingga digunakan *IS Success model DeLone and McLean 2003 (E-commerce Models)* yang mana memiliki 6 kategori variabel *Information Quality, System Quality, Service Quality, Intention to Use* atau *Use, User Satisfaction*, dan *Net Benefits* (Delone & Mclean, 2004). Metode yang digunakan merupakan metode pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Untuk pengolahan data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder menggunakan SEM – PLS. Berdasarkan paparan diatas, maka diambil penelitian dengan judul **“Validasi DeLone Dan McLean E – Commerce Success Model Pada Aplikasi AYO SRC Toko”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka muncul permasalahan yang dapat diangkat adalah :

1. Bagaimana *E-Commerce Success Model DeLone and McLean* dapat menggambarkan dan menjelaskan hubungan antara variabel yang digunakan dalam Aplikasi AYO SRC Toko ?
2. Bagaimana tingkat kesuksesan penerapan Aplikasi AYO SRC Toko di Kota Surabaya?

1.3 BATASAN MASALAH

1. Variabel-variabel yang digunakan berkaitan dengan *information system success model DeLone Mclean (System Quality, Information Quality, Service Quality, Intention to Use* atau *Use, User Satisfaction, dan Net Benefit)* terhadap aplikasi “AYO SRC Toko” PT SRC Indonesia Sembilan.

2. Ukuran sample atau responden merujuk pada rumus populasi tidak diketahui *Lemeshow*.
3. Responden penelitian ini adalah pemilik dan pengelola toko yang mengikuti program atau menggunakan aplikasi AYO SRC Toko di Kota Surabaya.

1.4 TUJUAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui *E-Commerce Success Model DeLone and McLean* dapat menggambarkan dan menjelaskan hubungan antara variabel yang digunakan dalam aplikasi AYO SRC Toko.
2. Mengetahui tingkat kesuksesan penerapan Aplikasi AYO SRC Toko di Kota Surabaya.

1.5 MANFAAT

1.5.1 MANFAAT TEORITIS

Adanya penelitian ini diharapkan menjadi nilai tambah tentang keilmuan dalam bidang Sistem Informasi yang menerangkan tentang kebermanfaatan aplikasi AYO SRC Toko bagi masyarakat Indonesia khususnya Kota Surabaya.

1.5.2 MANFAAT PRAKTIS

1. Menjadi bahan masukan bagi pihak PT. SRC Indonesia Sembilan terkait pengembangan aplikasi AYO SRC Toko di masa yang akan datang dalam pemberdayaan pelaku UKM yang tergabung dalam kemitraan untuk

mencapai tujuan program yaitu meningkatkan perekonomian UKM di Indonesia.

2. Diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi kepada masyarakat Indonesia mengenai sistem informasi yang diberikan oleh aplikasi AYO SRC Toko dalam inovasinya mengenai pemberdayaan UKM berbasis kemitraan.
3. Sebagai bahan referensi dan motivasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dan pengembangan di bidang yang serupa.

1.6 RELEVANSI SI

Menurut N. Sahara (2011) sistem informasi merupakan entitas sosioteknis, yaitu suatu pengaturan elemen – elemen teknis dan sosial. Sistem informasi mencakup lebih dari sekedar perangkat keras dan perangkat lunak. Selain itu juga meliputi perubahan-perubahan pada pekerjaan, ketrampilan, manajemen, dan organisasi. Sistem bisa sukses secara teknis, namun bisa menjadi kegagalan karena terdapat sebuah kegagalan pada proses sosial dan politik dalam membangun suatu sistem. Mengadaptasi perspektif sosioteknis dapat membantu organisasi dalam mencegah pendekatan yang dilakukan hanya disisi teknis. Dalam hal ini sosio teknis lebih berfokus pada mengoptimalkan kinerja sistem secara keseluruhan karena komponen teknis dan perilaku memerlukan perhatian. Sehingga teknologi informasi harus dirancang agar sesuai dengan kebutuhan individu dan organisasi dalam mencapai tujuan.

1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, relevansi SI, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas teori dasar untuk menunjang penyelesaian penelitian ini, antara lain: *Business to Business, E – Commerce, Aplikasi Mobile, AYO SRC Toko, IS Success DeLone McLean 2003, SEM – PLS, Populasi dan Sampel, Teknik Sampling* dan beberapa tinjauan pustaka mengenai penelitian sebelumnya yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas langkah – langkah yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi, yaitu: Alur penelitian, Studi literatur, Identifikasi masalah, Tujuan penelitian, Model konseptual, Menentukan populasi dan sampel, Penyusunan instrumen kuesioner, Uji validitas dan Reliabilitas, Pengumpulan data, Pengolahan dan analisis data, Kesimpulan dan Saran.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis dan pengolahan data yang berhasil dikumpulkan sehingga dapat memperoleh hasil penelitian sebagai jawaban atas tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan mengenai rangkuman yang terbagi menjadi dua bagian yaitu kesimpulan dan saran yang melampirkan penyelesaian dari hasil pembahasan, serta

saran-saran yang berisikan berbagai penyempurnaan yang mungkin dapat diterapkan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini akan dipaparkan sumber-sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi beberapa dokumen yang sesuai dengan fakta dilapangan.