

ADOPTSI E-BUSINESS PADA LEMBAGA KOPERASI

Rizki Pratomo Sunarwibowo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur

email: rizki.pratomo@budiluhur.ac.id

ABSTRAKSI

Kemajuan teknologi memaksa dunia usaha untuk meremayasa ulang konsep bisnisnya agar dapat tetap bersaing. Untuk dapat tetap bertahan maka perusahaan harus terbuka terhadap perubahan teknologi. *E-business* adalah salah satu inovasi teknologi yang menentukan kemajuan usaha, maka dengan menerapkannya, efektivitas dan efisiensi kerja mampu ditingkatkan. Hal ini berdampak besar terhadap masa depan usaha tersebut.

Koperasi sebagai salah satu sokoguru perekonomian Indonesia adalah suatu bentuk lembaga ekonomi kerakyatan yang banyak menaungi UMKM di dalamnya, maka penting bagi koperasi untuk terus eksis. Koperasi di era modern ini haruslah bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi sehingga mampu tetap bersaing dalam dunia bisnis modern.

Penelitian ini menemukan bahwa Kesadaran akan Manfaat dan Norma Subjektif berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku. Kesadaran akan Kemudahan juga berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat. Terbukti pula bahwa Relevansi Pekerjaan, Kualitas Hasil dan Keyakinan akan Hasil berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat, serta Persepsi Kontrol Eksternal berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Kemudahan.

Kata Kunci: *koperasi, e-business, technology acceptance model, niat perilaku*

ABSTRACTS

Technology pushes business entities to redesign their business concept in order to be in the competition. Businesses need to accept hence adopt the advance in technology nowadays. E-business is among the disruptive innovation that enhances effectivity and efficiency in business process.

Cooperative is one of the fundamentals of Indonesian economy, a people's economy institution that gives much help to micro, small and medium enterprises (mSMEs). Cooperative itself has to transform its paradigm to be more aligned to technological changes in the modern world.

The final result explains that perceived usefulness and subjective norm significantly influence the behavioral intention to use e-business among cooperatives. Perceived ease of use, job relevance, output quality, result demonstrability, and perception of external control also play important roles on configuring behavioral intention of adopting e-business among cooperatives.

Keywords: cooperative, e-business, technology acceptance model, behavioral intention

PENDAHULUAN

Tren digital yang ditandai dengan adanya koneksi internet semakin menemukan kemajuannya. Teknologi internet dirasakan menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia modern dewasa ini. Teknologi internet membawa pengaruh bagi dunia bisnis, tidak hanya di negara-negara maju tapi juga di Indonesia. Internet menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Semakin mudahnya mengakses internet, baik dari komputer pribadi, pesawat telepon cerdas (smartphone) maupun menggunakan gawai (gadget) lainnya; menjadikan wajah dunia bisnis semakin berbeda. Tren digital seperti komputasi awan (cloud computing), layanan *mobile web*, dan media sosial telah mengubah wajah dunia bisnis secara radikal, menciptakan proses bisnis baru, dan mengubah cara berpikir tentang suatu produk.

Dengan semakin meningkatnya peran internet ini, maka pada dekade 1990-an mulailah dikenal istilah ekonomi digital (digital economy), yaitu ekonomi yang berdasarkan kepada teknologi komputer dan internet. Ekonomi digital merujuk kepada terbentuknya

cara berbisnis baru yang mengubah pola bisnis tradisional. Semua hal bergeser kepada bentuk digital. Ekonomi digital menjelaskan model ekonomi baru, perusahaan baru, dan teknologi baru, serta bagaimana hal tersebut saling berhubungan (Tapscott, 2015).

Perubahan berkaitan teknologi ini memaksa setiap perusahaan untuk merekayasa ulang konsep bisnisnya untuk bertransformasi dan beradaptasi dengan ekonomi digital. Perusahaan-perusahaan baru banyak bermunculan dengan mengusung kreativitas dan inovasi yang mengedepankan penggunaan internet. Dengan *e-business* perusahaan dapat melakukan penghematan namun sekaligus meningkatkan performa. *E-business* adalah konsep luas dari *e-commerce*, tidak hanya membeli dan menjual produk dan jasa saja, tetapi melakukan seluruh kegiatan bisnis secara *online*, seperti melayani pelanggan, bekerja sama dengan partner, melakukan *e-learning*, dan melakukan transaksi secara elektronik (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015).

Menurut We Are Social (2016), saat ini sekitar 88.1 juta penduduk Indonesia atau lebih dari sepertiga

jumlah penduduk sudah terbiasa menggunakan internet. ADB Indonesia (2015) menganalisis tren tahun 2016 ini akan didominasi oleh revolusi teknologi informasi dan komunikasi.

Salah satu sektor yang diharapkan mampu menunjukkan peranannya adalah koperasi. Sebagai salah satu sokoguru perekonomian Indonesia, koperasi mampu memberikan pengaruh yang signifikan untuk turut memajukan perekonomian. Kementerian Koperasi dan UKM (2014) mencatat bahwa koperasi di kota Jakarta berjumlah 5.645 unit dengan total volume usaha tahunan mencapai 16 triliun Rupiah.

IDENTIFIKASI MASALAH

Kemajuan teknologi memaksa dunia usaha untuk merekayasa ulang konsep bisnisnya agar dapat tetap bersaing. Inovasi teknologi kerap membuat sebuah bidang pekerjaan menjadi usang, sehingga untuk dapat tetap bertahan maka perusahaan harus terbuka terhadap perubahan teknologi. *E-business* adalah salah satu inovasi teknologi yang menentukan kemajuan usaha. Dengan menerapkan *e-business*, efektivitas dan efisiensi kerja mampu ditingkatkan.

Koperasi di era modern ini haruslah bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi sehingga mampu tetap bersaing dalam dunia bisnis modern.

BATASAN MASALAH

Penelitian ini membahas aspek-aspek yang mempengaruhi adopsi *e-business* pada koperasi. Fokus penelitian ini hanya terpusat kepada koperasi yang berdomisili di kota Jakarta dan sekitarnya. Pengambilan data dibatasi dalam rentang April-Juni 2016. Konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Technology, Organization and Environment* (TOE) akan digunakan sebagai model dasar penelitian ini.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah maka dapat dituliskan rumusan masalah berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai berikut:

1. Apakah Kesadaran akan Manfaat dan Kesadaran akan Kemudahan sebagai faktor utama berpengaruh pada terbentuknya Niat Perilaku terhadap adopsi *e-business* pada lembaga koperasi?

2. Apakah Norma Subjektif, Relevansi Pekerjaan, Kualitas Hasil, Keyakinan akan Hasil, Persepsi Kontrol Eksternal, dan Kesiapan Organisasi sebagai faktor eksternal berpengaruh terhadap terbentuknya Niat Perilaku dalam adopsi *e-business* pada lembaga koperasi?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini diharapkan dapat mengungkap hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh aspek Kesadaran akan Manfaat dan Kesadaran akan Kemudahan sebagai faktor utama dalam adopsi *e-business* pada lembaga koperasi.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Norma Subjektif, Relevansi Pekerjaan, Kualitas Hasil, Keyakinan akan Hasil, Persepsi Kontrol Eksternal, dan Kesiapan Organisasi sebagai faktor eksternal dalam adopsi *e-business* pada lembaga koperasi.

TINJAUAN PUSTAKA

KONSEP E-BUSINESS

E-Business atau bisnis elektronik merupakan sebuah konsep

yang mengubah proses bisnis menjadi sesuatu yang berbeda sejak mulai munculnya teknologi internet. Chaffey (2009) mendefinisikan *e-business* sebagai seluruh pertukaran informasi secara elektronik, baik internal organisasi maupun *stakeholder* eksternal yang mendukung proses bisnis. Dengan kata lain, *e-business* adalah transformasi proses bisnis menggunakan teknologi internet.

Turban et al (2015) menyatakan bahwa *e-business* adalah definisi luas dari *e-commerce*, bukan hanya meliputi pembelian dan penjualan barang dan jasa saja, tetapi melakukan seluruh bisnis *online* seperti melayani pelanggan, kolaborasi dengan partner bisnis, melakukan transaksi elektronik, dan lainnya. *E-business* mencakup seluruh kegiatan *e-commerce* dan ditambah dengan kegiatan internal yang dilakukan oleh organisasi.

Tahapan awal adopsi *e-business* pada sebuah perusahaan meliputi penggunaan situs *web* untuk menampilkan informasi portofolio perusahaan dan bidang bisnis yang dilakukan, termasuk produk dan jasa yang dijual; sampai kepada situs *web* yang mendukung fasilitas *e-commerce* murni berupa transaksi

dan pembayaran secara *online*. Bila situs yang mendukung *e-commerce* murni membutuhkan sumber daya yang tinggi, maka di Indonesia saat ini banyak bermunculan situs *marketplace* yang mendukung penjualan *online*, semisal: OLX, Bukalapak ataupun Tokopedia. *Marketplace* adalah situs C2C (Consumer-to-Consumer) yang memfasilitasi pertemuan secara maya antara banyak penjual dan pembeli. *Marketplace* ini dimanfaatkan sebagai tahapan awal atau sebagai pelengkap *e-commerce* yang dilakukan oleh perusahaan.

NIAT PERILAKU (BEHAVIORAL INTENTION)

Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan niat perilaku (*behavioral intention*) sebagai istilah untuk menggambarkan probabilitas subjektif seseorang bahwa dia akan melakukan beberapa perilaku. Model TAM menyatakan bahwa niat perilaku untuk menggunakan sebuah teknologi adalah fungsi dari kesadaran akan manfaat dan kesadaran akan kemudahan. Lebih spesifik lagi, bahwa niat perilaku ini, misalnya kecenderungan untuk menggunakan sebuah sistem dalam suatu pekerjaan, mengarahkan

kepada keinginan untuk mencapai suatu sasaran, misalnya kecenderungan untuk memperbaiki performa di lingkungan kerja (Davis & Venkatesh, 2004).

Model TAM3 menyatakan bahwa niat perilaku untuk menggunakan teknologi informasi (TI) ditentukan oleh dua keyakinan: kesadaran akan manfaat, di mana tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan TI dapat meningkatkan performa kerjanya; dan kesadaran akan kemudahan, di mana tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan TI adalah mudah. Model ini kemudian menyatakan bahwa pengaruh dari variabel eksternal terhadap niat perilaku dimediasi oleh variabel kesadaran akan manfaat dan kesadaran akan kemudahan (Venkatesh & Bala, 2008).

KESADARAN AKAN MANFAAT (PERCEIVED USEFULNESS)

Kesadaran akan manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan di mana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa kerja (Davis & Venkatesh, 1996). Pengguna membentuk penilaian kemanfaatan dengan cara

membandingkan produk teknologi mana yang mampu memenuhi kebutuhan untuk menyelesaikan pekerjaan.

Moghavvemi, Salleh, Zhao, & Hakimian (2011) menemukan bahwa kesadaran akan manfaat dari inovasi TI adalah faktor penting sehingga pemilik usaha mempertimbangkan untuk menggunakannya dalam pekerjaan.

KESADARAN AKAN KEMUDAHAN (PERCEIVED EASE OF USE)

Kesadaran akan kemudahan didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa teknologi atau sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Davis & Venkatesh, 1996). Persepsi ini menuntut adanya pengalaman penggunaan secara langsung, sehingga akan terbentuk sebuah persepsi yang kuat dan stabil.

Pengalaman menggunakan sebuah teknologi atau sistem merupakan syarat mutlak untuk dapat secara akurat menilai apakah sistem tersebut mudah atau sulit untuk digunakan.

Kesadaran akan manfaat dalam konsep TAM dipengaruhi secara langsung oleh konstruk kesadaran akan kemudahan. Konstruk

kesadaran akan manfaat ini juga berpengaruh langsung terhadap terbentuknya niat perilaku bersama-sama dengan konstruk kesadaran akan kemudahan.

NORMA SUBJEKTIF (NORMA SUBJEKTIF)

Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku. Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa orang lain yang penting baginya berpikir apakah dia seharusnya melakukan suatu perilaku tertentu atau tidak (Fishbein & Ajzen, 1975).

Schierz, Schilke, & Wirtz (2010) membuktikan dalam penelitiannya bahwa norma subjektif memiliki hubungan positif terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment* di Jerman.

Hal yang sama ditemukan Jan & Contreras (2011) dalam penelitiannya mengenai *user acceptance* mahasiswa terhadap sistem informasi administratif di universitas swasta di Lima, Peru. Penelitian ini mengungkap bahwa variabel norma subjektif berpengaruh langsung positif terhadap perilaku penggunaan sistem informasi tersebut. Begitu pula dengan

penelitian Park (2009) di Korea Selatan yang menemukan bahwa norma subjektif merupakan konstruk penting dalam menjelaskan proses kausal dalam pembelajaran menggunakan *e-learning* atau pembelajaran jarak jauh menggunakan media internet.

RELEVANSI PEKERJAAN (JOB RELEVANCE)

Davis & Venkatesh (2004) mendefinisikan relevansi pekerjaan sebagai derajat di mana seseorang meyakini bahwa sistem target dapat diaplikasikan ke dalam pekerjaannya. Apabila sistem target relevan dengan pekerjaannya maka erat kaitannya dengan aspek kemanfaatan. Lebih lanjut, Venkatesh & Bala (2008) menyatakan relevansi pekerjaan dan kualitas hasil memiliki efek moderasi terhadap kesadaran akan manfaat di mana semakin tinggi kualitas hasil maka semakin kuat efek relevansi pekerjaan terhadap kesadaran akan manfaat.

Riset Alharbi & Drew (2014) mengenai niat perilaku terhadap penggunaan *Learning Management System* (LMS) pada universitas di Saudi Arabia menunjukkan bahwa relevansi pekerjaan sebagai variabel eksternal terbukti memiliki hubungan

yang kuat sesuai konstruk TAM. Relevansi pekerjaan dalam konteks ini berpengaruh secara positif terhadap kesadaran akan manfaat pada LMS.

Relevansi pekerjaan juga terbukti merupakan faktor yang mendukung diterimanya inovasi teknologi di Taiwan. Relevansi pekerjaan memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran akan manfaat pada penggunaan website berbasis Web 2.0. Setelah krisis dot.com pada awal tahun 2000-an, *website* berbasis Web 2.0 ini mampu diterima banyak pengguna dan diharapkan semakin banyak *website* berbasis Web 2.0 ini di masa depan (Wu, Chou, Weng, & Huang, 2011).

KUALITAS HASIL (OUTPUT QUALITY)

Davis & Venkatesh (2004) mendefinisikan kualitas hasil sebagai derajat di mana seseorang meyakini bahwa sistem mampu mengerjakan tugasannya dengan baik. Relevansi pekerjaan dan kualitas hasil ditemukan memiliki pengaruh interaktif terhadap kesadaran akan manfaat, di mana semakin meningkat kualitas hasil maka pengaruh relevansi pekerjaan terhadap

kesadaran akan manfaat semakin menguat (Venkatesh & Bala, 2008).

Kualitas hasil juga terbukti merupakan faktor yang mendukung diterimanya inovasi teknologi di Taiwan. Kualitas hasil memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran akan manfaat pada penggunaan website berbasis Web 2.0 (Wu et al, 2011).

KEYAKINAN AKAN HASIL (RESULT DEMONSTRABILITY)

Venkatesh & Bala (2008) mendefinisikan keyakinan akan hasil sebagai derajat di mana seseorang meyakini bahwa hasil dari penggunaan sebuah sistem adalah bersifat nyata, dapat diobservasi, dan dapat dikomunikasikan.

Relevansi pekerjaan dan kualitas hasil memiliki pengaruh moderasi terhadap kesadaran akan manfaat, di mana semakin tinggi kualitas hasil maka akan semakin kuat pengaruh relevansi pekerjaan terhadap kesadaran akan manfaat (Venkatesh & Bala, 2008).

Penelitian terhadap mahasiswa pengguna *e-learning* di Chile dan Spanyol menunjukkan indikasi terdapat hubungan yang signifikan antara keyakinan akan hasil dengan kesadaran akan manfaat (Ramirez-

Correa, Arenas-Gaitan, & Rondan-Cataluna, 2015).

PERSEPSI KONTROL EKSTERNAL (PERSEPSI KONTROL EKSTERNAL)

Venkatesh & Bala (2008) mendefinisikan persepsi kontrol eksternal sebagai derajat di mana seseorang meyakini bahwa terdapat sumber daya organisasi dan ahli teknik yang mendukung penggunaan sistem.

Ramirez-Correa et al (2015) dalam risetnya di Chile dan Spanyol menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kontrol eksternal dan kesadaran akan kemudahan. Hal ini dapat diartikan sebagai indikasi bahwa pengguna sistem menginginkan memiliki kontrol terhadap sistem yang digunakan. Pengguna menginginkan untuk dapat melakukan kustomisasi terhadap platform sistem tersebut.

KESIAPAN ORGANISASI (ORGANIZATIONAL READINESS)

Kesiapan organisasi dapat diidentifikasi dari beberapa faktor, seperti ketersediaan internet, karakteristik organisasi itu sendiri, kemampuan menggunakan komputer

dan alat lainnya yang berhubungan dengan internet baik karyawan maupun manajer, dan juga ketersediaan staf yang melaksanakan tugas tersebut.

Riset mengungkapkan bahwa adopsi *e-commerce* oleh UMKM industri kreatif di kota Jakarta dipengaruhi secara signifikan oleh dua variabel independen, yaitu salah satunya adalah kesiapan organisasi. Ketersediaan internet, orientasi bisnis jangka panjang, kemampuan manajer dan karyawan dalam menggunakan komputer berperan penting terhadap kesiapan UMKM mengadopsi *e-commerce* (Lupiyoadi et al, 2016).

Kesiapan organisasi membantu pengguna sistem melaksanakan tugasannya dengan memberikan dukungan yang memudahkan mereka. Pengguna sistem meyakini bahwa akan ada sumber daya organisasi yang akan membantu mereka menyelesaikan permasalahan yang timbul akibat adopsi sistem baru tersebut. Kesiapan organisasi disebut sebagai prediktor yang kuat terhadap adopsi dan penerimaan teknologi berdasarkan kerangka *Diffusion of Innovation* (DOI) dan *Technology, Organization and Environment*

(TOE). Secara konsisten, gabungan kedua model tersebut mampu memprediksi dengan baik fenomena teknologi di berbagai subjek penelitian (Oliveira & Martins, 2011).

TECHNOLOGY ACCEPTANCE

MODEL (TAM)

TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1985. Davis mengemukakan bahwa penggunaan sistem adalah sebuah respon yang dapat dijelaskan atau diprediksi oleh motivasi pengguna yang pada gilirannya dipengaruhi secara langsung oleh stimulus eksternal yang terdiri dari fitur dan kemampuan aktual sistem. Davis mendasarkan teorinya atas teori sebelumnya yang ditulis oleh Fishbein & Ajzen (1975) yang memformulasikan *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori yang menyatakan bahwa *actual behavior* seseorang dapat dijelaskan dari keinginan (niat perilaku) terdahulunya yang sejalan dengan keyakinan tentang apa yang akan ia dapatkan atas perilaku tersebut. Selanjutnya niat perilaku ini dapat dijelaskan oleh dua faktor, yaitu sikap (attitude) terhadap perilaku, dan norma subjektif yang terkait dengan perilaku tersebut.

Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989) menggunakan model TAM dalam penelitiannya. Studi mereka menemukan bahwa kesadaran akan manfaat dan kesadaran akan kemudahan memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku, sehingga tidak membutuhkan konstruk sikap dalam modelnya.

Venkatesh & Davis (2000) menemukan bahwa model TAM memiliki keterbatasan dalam menjelaskan alasan kesadaran akan manfaat terhadap pengguna yang diberikan suatu sistem, sehingga mereka mengajukan variabel tambahan sebagai anteseden dari variabel kesadaran akan manfaat.

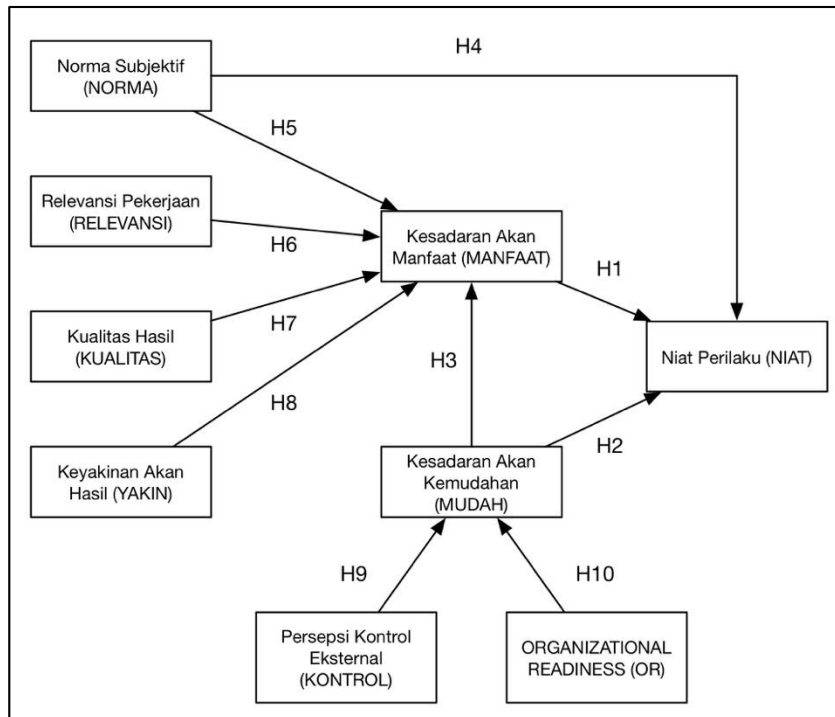
Venkatesh & Bala (2008) menggabungkan model TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000) dan model determinan kesadaran akan kemudahan (Venkatesh, 2000), kemudian mengembangkannya menjadi model TAM3. Konsep baru dalam model TAM3 ini adalah mengajukan variabel *experience* yang memoderasi hubungan antara: (i) kesadaran akan kemudahan dan kesadaran akan manfaat; (ii) *computer anxiety* dan kesadaran akan kemudahan; dan (iii) kesadaran akan kemudahan dan niat perilaku.

KERANGKA PEMIKIRAN

Penelitian ini berbasis model TAM3 untuk menguji faktor Niat Perilaku (NIAT) yang dipengaruhi secara langsung oleh faktor Kesadaran akan Manfaat (MANFAAT), Kesadaran akan Kemudahan (MUDAH), dan Norma Subjektif (NORMA). Faktor Kesadaran akan Manfaat (MANFAAT) memoderasi faktor eksternal Norma Subjektif (NORMA), Relevansi Pekerjaan (RELEVANSI), Kualitas Hasil (KUALITAS), dan Keyakinan akan Hasil (YAKIN). Sementara, faktor Kesadaran akan Kemudahan (MUDAH) memoderasi faktor Persepsi Kontrol Eksternal (KONTROL) dan Kesiapan Organisasi (SIAP).

Variabel Kesiapan Organisasi ini merupakan variabel yang diadopsi dari model *Technology, Organization and Environment* (TOE). Variabel ini digabungkan ke dalam model TAM3 karena subjek penelitian yang diambil adalah sebuah lembaga atau organisasi yang terdiri dari lebih satu orang, sehingga faktor organisasi dianggap salah satu yang menentukan adopsi teknologi.

Model konseptual yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

HIPOTESA

Berdasarkan tinjauan teori dan kerangka pemikiran terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta, maka dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H1: Kesadaran akan Manfaat memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H2: Kesadaran akan Kemudahan memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H3: Kesadaran akan Kemudahan memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H4: Norma Subjektif memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H5: Norma Subjektif memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H6: Relevansi Pekerjaan memiliki pengaruh langsung

signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H7: Kualitas Hasil memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H8: Keyakinan akan Hasil memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H9: Persepsi Kontrol Eksternal memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Kemudahan penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

H10: Kesiapan Organisasi memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap Kesadaran akan Kemudahan penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode SEM untuk analisis. SEM menjelaskan dua aspek penting penelitian, yaitu (a) menampilkan proses kausal penelitian dalam persamaan struktural, dan (b) menampilkan hubungan antar struktural dalam bentuk gambar untuk memudahkan pemahaman

konspetualisasi terhadap teori yang sedang diteliti. Tipe SEM yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square SEM (PLS-SEM). Selanjutnya data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS. Model TAM3 yang telah dimodifikasi menjadi dasar model dalam penelitian ini.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian akan dilakukan pada lembaga koperasi yang berdomisili di kota Jakarta dan sekitarnya yang dimulai bulan April 2016 sampai dengan Juni 2016.

Pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan survei menggunakan instrumen kuesioner berbasis skala Likert. Jawaban terdiri dari lima pilihan, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pemberian nilai untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 5, dan seterusnya menurun sampai pada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang diberikan nilai 1.

VARIABEL DAN PENGUKURAN

Variabel yang digunakan meliputi variabel laten eksogen dan endogen, serta variabel manifes.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Konstruk	Indikator		Referensi
Niat Perilaku	NIAT1	Jika saya memiliki akses terhadap sistem, saya akan menggunakannya	Nasri & Charfeddine (2012); Venkatesh & Bala (2008)
	NIAT2	Saya akan menggunakan sistem ini di kemudian hari	
	NIAT3	Saya berpikiran positif terhadap sistem ini	
	NIAT4	Kita sudah seharusnya menggunakan sistem ini	
Kesadaran akan Kemudahan	MUDAH1	Interaksi dengan sistem jelas dan mudah dimengerti	Venkatesh & Bala (2008); Schierz, Schilke, & Wirtz (2010)
	MUDAH2	Mudah berinteraksi dengan sistem	
	MUDAH3	Sistem ini mudah digunakan	
	MUDAH4	Mudah menggunakan sistem sesuai keinginan saya	
Kesadaran akan Manfaat	MANFAAT1	Menggunakan sistem meningkatkan performa kerja	Nasri & Charfeddine (2012); Venkatesh & Bala (2008)
	MANFAAT2	Menggunakan sistem meningkatkan produktivitas	
	MANFAAT3	Menggunakan sistem menyebabkan pekerjaan dilakukan lebih cepat	
	MANFAAT4	Sistem ini berguna dalam pekerjaan	
Norma Subjektif	NORMA1	Orang yang penting bagi saya menyatakan bahwa penggunaan sistem ini menguntungkan	Venkatesh & Bala (2008); Schierz, Schilke, & Wirtz (2010)
	NORMA2	Orang yang penting bagi saya merekomendasikan penggunaan sistem ini	
	NORMA3	Manajemen puncak merekomendasikan penggunaan sistem ini	
	NORMA4	Orang yang penting bagi saya menyatakan bahwa penggunaan sistem ini adalah ide yang baik	
Relevansi Pekerjaan	RELEVAN1	Dalam pekerjaan, penggunaan sistem ini penting	Venkatesh & Bala (2008); Wu, Chou, Weng, & Huang (2011)
	RELEVAN2	Dalam pekerjaan, penggunaan sistem sangat relevan	
	RELEVAN3	Penggunaan sistem relevan dalam melakukan ketugasan berkait pekerjaan	

Kualitas Hasil	KUALITAS1	Output dari sistem berkualitas tinggi	Venkatesh & Bala (2008); Wu, Chou, Weng, & Huang, 2011
	KUALITAS2	Saya tidak bermasalah dengan kualitas output dari sistem	
	KUALITAS3	Saya menilai kualitas output dari sistem sangat baik	
Keyakinan akan Hasil	YAKIN1	Saya berkenan menyampaikan hasil kerja sistem kepada orang lain	Venkatesh & Bala (2008); Ramirez-Correa, Arenas-Gaitan, & Rondan-Cataluna (2015)
	YAKIN2	Saya dapat berkomunikasi dengan orang lain tentang konsekuensi penggunaan sistem	
	YAKIN3	Hasil dari menggunakan sistem sangat nyata	
	YAKIN4	Saya menyatakan bahwa sistem sangat bermanfaat	
Persepsi Kontrol Eksternal	KONTROL1	Saya dapat mengontrol sistem	Venkatesh & Bala (2008); Ramirez-Correa, Arenas-Gaitan, & Rondan-Cataluna (2015)
	KONTROL2	Saya memiliki sumber daya cukup untuk menggunakan sistem	
	KONTROL3	Sumber daya, kesempatan dan pengetahuan saya mencukupi untuk menggunakan sistem	
	KONTROL4	Sistem kompatibel dengan sistem yang biasa saya gunakan	
Kesiapan Organisasi	SIAP1	Manajemen mendukung penerapan sistem	Venkatesh & Bala (2008); Oliveira & Martins (2011)
	SIAP2	Partner bisnis siap mendukung penerapan sistem	
	SIAP3	Manajemen memiliki kompetensi menerapkan sistem	
	SIAP4	Teknologi yang dimiliki lembaga mendukung sistem	

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

DESKRIPSI DATA

Peneliti mengajukan seperangkat kuesioner kepada responden yang berjumlah 150 orang. Kuesioner ini terdiri dari 38 butir pernyataan, yang terdiri dari 4 butir pernyataan mengenai data responden dan 34 butir pernyataan

tentang 9 variabel yang diteliti. Sejumlah 73 responden mengembalikan kuesioner yang sudah diisi lengkap.

UJI MEASUREMENT MODEL

Analisis terdiri dari dua tahapan utama, yaitu analisis *measurement model* (outer model) dan *structural*

model (inner model) (Hair, Jr., Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

UJI RELIABILITAS

1. Uji *indicator reliability*

Pada iterasi pertama, data *outer loading* menunjukkan ada satu indikator yang memiliki nilai dibawah 0.70, yaitu indikator NIAT1. Seluruh indikator pada konstruk lainnya memiliki nilai di atas 0.70.

2. Uji *internal consistency reliability*

Nilai reliabilitas komposit harus berada di atas 0.70 atau 0.60 jika penelitian bersifat eksploratori.

UJI VALIDITAS

1. Uji *convergent validity*

Uji ini memeriksa validitas konvergen dengan mensyaratkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) tiap variabel laten harus berada di atas ambang 0.50.

2. Uji *discriminant validity*

Uji validitas diskriminan ini menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan nilai *cross loading*. Menurut kriteria Fornell-Larcker, akar kuadrat dari nilai AVE tiap konstruk harus lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk dalam suatu model.

Tabel menunjukkan bahwa nilai *loading* setiap konstruk variabel laten adalah lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *cross loading*-nya dengan konstruk variabel laten lain.

UJI STRUCTURAL MODEL

UJI KOLINIERITAS

Nilai *outer VIF* atau nilai pada *measurement model* menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel laten memiliki nilai VIF dalam rentang 0.20-5.00. Ini berarti bahwa tidak terjadi kolinieritas dalam *measurement model*.

Tabel 2. Kriteria Fornell-Larcker

	KONTROL	KUALITAS	MANFAAT	MUDAH	NIAT	NORMA	RELEVAN	SIAP	YAKIN
KONTROL	0.897								
KUALITAS	0.787	0.889							
MANFAAT	0.735	0.656	0.929						
MUDAH	0.699	0.604	0.870	0.861					
NIAT	0.601	0.575	0.584	0.418	0.740				
NORMA	0.539	0.585	0.650	0.567	0.505	0.883			
RELEVAN	0.829	0.769	0.859	0.775	0.651	0.622	0.921		
SIAP	0.580	0.558	0.481	0.406	0.510	0.582	0.544	0.913	
YAKIN	0.781	0.830	0.765	0.650	0.582	0.595	0.761	0.493	0.907

UJI KOEFISIEN JALUR

Uji model struktural ini menggunakan uji T (2-tailed) dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji T menunjukkan bahwa terdapat tiga jalur yang tidak dapat menolak H_0 , dan tujuh jalur yang dapat menolak H_0 .

Tabel 4. Nilai T-Statistik Koefisien Jalur (Inner Model)

	T Statistics
KONTROL -> MUDAH	9.652
KUALITAS -> MANFAAT	2.390
MANFAAT -> NIAT	3.090
MUDAH -> MANFAAT	4.839
MUDAH -> NIAT	1.675
NORMA -> MANFAAT	1.269
NORMA -> NIAT	1.249
RELEVAN -> MANFAAT	4.079
SIAP -> MUDAH	0.011
YAKIN -> MANFAAT	3.029

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Pada penelitian ini, koefisien *R Square* MANFAAT, MUDAH, dan NIAT berturut-turut adalah sebesar 0.867, 0.474 dan 0.376.

SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

SIMPULAN

Penulis dapat menarik simpulan penelitian sebagai berikut:

1. **Terbukti** bahwa Kesadaran akan Manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
2. **Tidak Terbukti** bahwa Kesadaran akan Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
3. **Terbukti** bahwa Kesadaran akan Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
4. **Tidak Terbukti** bahwa Norma Subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
5. **Tidak Terbukti** bahwa Norma Subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.

6. **Terbukti** bahwa Relevansi Pekerjaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
7. **Terbukti** bahwa Kualitas Hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
8. **Terbukti** bahwa Keyakinan akan Hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Manfaat penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
9. **Terbukti** bahwa Persepsi Kontrol Eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Kemudahan penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.
10. **Tidak Terbukti** bahwa Kesiapan Organisasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran akan Kemudahan penggunaan *e-business* pada lembaga koperasi di Jakarta dan sekitarnya.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Niat Perilaku untuk menggunakan *e-business* pada lembaga koperasi dipengaruhi oleh faktor Kesadaran akan Manfaat. Kesadaran akan Manfaat dipengaruhi oleh Relevansi Pekerjaan, Kualitas Hasil, dan Keyakinan akan Hasil. Kesadaran akan Kemudahan tidak berpengaruh secara langsung terhadap Niat Perilaku, di mana faktor Kesadaran akan Kemudahan ini dipengaruhi oleh Persepsi Kontrol Eksternal.

Ini mengindikasikan bahwa pengelola dan anggota koperasi memperhatikan faktor manfaat dari sebuah teknologi agar bisa diterapkan dengan baik di kalangan keropasinya. Pengelola dan anggota koperasi harus mampu melihat manfaat dari layanan yang diberikan oleh perusahaan *e-business* untuk mampu menggunakannya secara optimal, karena terbukti bahwa di era internet saat ini peran *e-business* adalah signifikan. Sementara untuk meningkatkan persepsi pengguna akan faktor manfaat, pengelola harus memperhatikan faktor relevansi pekerjaan, kualitas dan keyakinan akan hasil. Untuk meningkatkan persepsi akan faktor kemudahan maka perlu diperhatikan persepsi

kontrol eksternal dari lembaga koperasi tersebut.

Faktor norma subjektif juga perlu diperhatikan, baik itu oleh pengelola dan anggota koperasi maupun oleh perusahaan yang menyediakan layanan *e-business*, karena terbukti bahwa faktor ini berperan penting terhadap pembentukan niat perilaku pengguna. Maka, pengelola dan pengurus koperasi harus dapat mencontohkan adopsi *e-business* ini kepada anggotanya, dan membuat sebuah ringkasan penilaian (review) terhadap aspek keberhasilannya, dalam hal ini adalah kualitas hasil, keyakinan akan hasil, maupun aspek manfaat dan kemudahannya.

KETERBATASAN PENELITIAN

Responden yang berhasil dikumpulkan dan lengkap datanya hanya berjumlah 73 orang, sementara variabel yang dikontrol belum mencerminkan kenyataan sesungguhnya yang tercermin dari nilai koefisien determinasi dari variabel Niat Perilaku.

SARAN

Berdasarkan simpulan yang diambil, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi Niat Perilaku, mengingat koefisien determinasi yang masih relatif rendah.
2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sehingga untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel responden dalam penelitian berikutnya.
3. Penelitian lanjutan menggunakan model konseptual yang lebih lengkap perlu dilakukan di area yang berbeda baik secara jenis usaha maupun secara letak geografisnya, sehingga dapat menjadi bahan perbandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- ADB Indonesia. (2015). Addressing Supply Side Impediments to Inclusive Growth. Jakarta: ADB Indonesia Resident Mission.
- Alharbi, S., & Drew, S. (2014). Using the Technology Acceptance Model in Understanding Academics' Behavioural Intention to Use Learning Management Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 143-155.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and*

- Practice. Essex: Pearson Education Limited.
- Chuttur, M. Y. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. 9-37.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A Critical Assessment of Potential Measurement Biases in the Technology Acceptance Model: Three Experiments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45, 19-45.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (2004). Toward Preprototype User Acceptance Testing of New Information Systems: Implications for Software Project Management. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51, 31-46.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 982-1003.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Frank, H., Kessler, A., & Fink, M. (2010, 4). Entrepreneurial Orientation and Business Performance - A Replication Study. *SBR*, 175-198.
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Jan, A. U., & Contreras, V. (2011). Technology Acceptance Model for the Use of Information Technology in Universities. *Computers in Human Behavior*, 27, 845-851.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2014, 12 31). Data Koperasi. Retrieved 4 7, 2016, from Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah: <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-koperasi/>
- Li, Y.-H., Huang, J.W., & Tsai, M.T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 440-449.
- Lupiyoadi, R., Tjiptadi, A. P., & Syah, D. O. (2016). Analysis Of Factors Affecting The Use Of E-Commerce On Small and Medium Enterprises (SMEs) Creative Industries in Jabodetabek-Indonesia. *International Conference on Business and Information* (p. 30). Denpasar: *International Conference on Business and Information*.
- Moghavvemi, S., Salleh, N. A., Zhao, W., & Hakimian, F. (2011). An Empirical Study Of It Innovation Adoption Among Small And Medium Sized Enterprises In Klang Valley, Malaysia. *Social Technologies*, 1, 267-282.
- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business performance: Some evidence from Indonesian small food processing cluster. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1, 75-96.
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). actors Affecting the Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Journal of High Technology Management Research*, 23, 1-14.

- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2011). Literature Review of Information Technology Adoption Models at Firm Level. *The Electronic Journal Information Systems Evaluation*, 14 (1), 110-121.
- Ramirez-Correa, P. E., Arenas-Gaitan, J., & Rondan-Cataluna, F. J. (2015). Gender and Acceptance of E-Learning: A Multi-Group Analysis Based on a Structural Equation Model among College Students in Chile and Spain. *PLOS One*, 1-17.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 209-216.
- Tapscott, D. (2015). *The Digital Economy: Rethinking Promise And Peril The Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Cham: Springer International Publishing Switzerland.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39 (2), 273-315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 186-204.
- Vijayasarathy, L. R. (2004). Predicting Consumer Intentions to Use On-line Shopping: the Case for an Augmented Technology Acceptance Model. *Information and Management*, 41, 742-762.
- We Are Social. (2016). *Digital in 2016, We Are Social's Compendium of Global Digital, Social, and Mobile Data, Trends, and Statistics*. London: We Are Social.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 71-91.
- Wu, J.H., & Wang, S.C. (2005). What Drives Mobile Commerce? An Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model. *Information & Management*, 42 (5), 719-729.
- Wu, M.Y., Chou, H.P., Weng, Y.C., & Huang, Y.-H. (2011). TAM2-based Study of Website User Behavior—Using Web 2.0 Websites as an Example. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 133-151.
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2010). Explaining Internet Banking Behavior: Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model? *Journal of Applied Social Psychology*, 1172-1202.
- Zarmpou, T., Saprikis, V., Markos, A., & Vlachopoulou, M. (2012). Modeling Users' Acceptance of Mobile Services. *Electronic Commerce Research*, 12 (2), 225-248.