

**PENGARUH PERSEPSI KONSEP, FUNGSI, DAN PENERAPAN TEKNOLOGI
INFORMASI TERHADAP MINAT DAN PERILAKU PEMANFAATAN E-COMMERCE
STUDI KASUS : PENGUSAHA KOMPUTER DI JAKARTA**

Enny Lindawati Gerdiman

**Program Studi Magister Ilmu Komputer
Program Pascasarjana Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur**

e_gerdiman@gmail.com

ABSTRAK

Teknologi Informasi dan Komunikasi telah mengubah perilaku dan pola hidup masyarakat dari tradisional ke modern secara global. Perkembangan teknologi informasi telah pula menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (borderless) yang mengakibatkan perubahan sosial, budaya, ekonomi secara signifikan dalam waktu yang sangat cepat. Fenomena rendahnya pemanfaatan e-Commerce di Indonesia, khususnya pada kalangan Pengusaha komputer di Indonesia yang tergabung pada lingkungan anggota APKOMINDO dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Diantara banyak faktor yang mempengaruhi tingkat pemanfaatan e-Commerce di kalangan pengusaha komputer diasumsikan bahwa penguasaan teknologi informasi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap tingkat pemanfaatan e-Commerce di kalangan Pengusaha Komputer Indonesia.

Dari pembahasan hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh kesimpulan bahwa terbukti terdapat pengaruh positif Persepsi Konsep, Fungsi, dan Penerapan Tentang Teknologi Informasi terhadap Minat dan Perilaku Pemanfaatan e-Commerce para Pengusaha komputer di Indonesia. Adanya pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa diantara variable Persepsi Konsep, Fungsi, dan Penerapan Teknologi Informasi dengan variable Minat dan pemanfaatan e-Commerce pada Pengusaha Komputer yang tersebar di Dusit Mangga Dua dan ITC Mangga Dua terjalin suatu mekanisme hubungan kausalitas. Yang berarti apabila Persepsi ditingkatkan atau meningkat, maka peningkatan tersebut secara simultan akan diikuti dengan peningkatan pemanfaatan e-Commerce pada Pengusaha Komputer di Indonesia.

Kata Kunci : e-Commerce , Pengusaha Komputer , Persepsi Teknologi Informasi.

1. Latar Belakang

Perkembangan *e-Commerce* yang makin pesat di dunia, banyak perusahaan pemasok teknologi informasi di luar negeri telah memiliki aplikasi *web-base* sebagai sarana untuk mempercepat dan mengefisiensikan perdagangan *business to business*, dengan memberikan berbagai macam fasilitas kepada mitra usaha untuk melakukan transaksi lewat web, bahkan beberapa perusahaan tidak menerima pesanan dari mitra usaha yang dikirim lewat faksimili, semua pesanan harus lewat *e-ordering*, demikian pula dengan berbagai macam *service* baik itu *service* garansi maupun itu *service* kerusakan semua harus lewat web, dan mendapatkan *Computer Generate service* atau *purchase number*.

Ditinjau dari sisi distributor, di luar negeri mereka menyediakan pula *e-ordering* atau *e-service* bagi *reseller* yang

memanfaatkan, seorang *reseller* dapat masuk ke dalam aplikasi *web distributor*. Apabila harga cocok mereka dapat melakukan pemesanan, setelah beberapa kali mereka memesan mereka bisa pula jadi mitra usaha mendapatkan *register number*. Keadaan demikian akan dapat mengancam kelangsungan hidup distributor di Indonesia, karena masih mengandalkan sistem perdagangan konvensional.

Perkembangan *e-Commerce* di Indonesia, sudah diawali pada tahun 1980, IBM Indonesia telah melakukan koneksi langsung ke IBM Amerika lewat *proprietary system* untuk mendapatkan bantuan teknis secara *on-line*. Pada saat itu, tiada satu Bank di Jakarta yang dapat melakukan transaksi *on-line* di dalam kota Jakarta. Pada saat ini hampir semua Bank melakukan transaksi *on-line* dan tidak terbatas di Jakarta bahkan sudah ke beberapa kota di luar Jakarta adapula yang sampai di daerah terpencil di

Indonesia, sedangkan para distributor IBM masih melakukan transaksi konvensional dengan *reseller*, Informasi tentang produkpun tidak *up-to-date* pada web-site distributor, karena sebagian distributor tidak melakukan *link-up* ke *web-site principle*.

Apa yang menjadi kendala keterbelakangan tersebut, untuk melakukan pengkajian ini, dilakukan studi tentang Pengaruh Presepsi Tentang Teknologi Informasi Terhadap Minat dan Pemanfaatan *e-Commerce* para Pengusaha komputer yang tergabung dalam APKOMINDO .

Studi yang akan dilakukan disini mengacu pada data yang dikumpulkan lewat pengadaan jajak pendapat pada seluruh Pengusaha komputer di Indonesia yang tergabung dalam asosiasi , agar mendapatkan gambaran yang tepat apa yang menjadi penghalang pengembangan *e-Commerce* disektor tersebut.

e-Commerce dapat memper-besarkan pangsa pasar dengan tidak harus menambah investasi untuk tempat. Perusahaan dapat dengan cepat dan mudah mengalokasikan pemasok terbaik dan menambah pelanggan, mendapat mitra bisnis yang cocok di seluruh dunia, memperbesar jaringan pelanggan dan pemasok, memungkinkan perusahaan membeli lebih murah dan menjual lebih banyak [Turban, 2004, P17].Turban mengelompokkan manfaat *e-Commerce* dalam 3 kelompok sebagai berikut :

a. Manfaat bagi Organisasi

Manfaat *e-Commerce* bagi organisasi dapat mengurangi biaya distribusi, pencetakan, pengiriman, penyimpanan,sewa tempat dan memperbaiki rantai pengadaan barang.

b. Manfaat bagi konsumen

Dengan adanya *e-Commerce* konsumen dapat melakukan transaksi dimana saja, kapan saja, dapat mendapatkan Computer generate service atau purchase number .

c. Manfaat bagi Masyarakat

Dengan banyaknya orang melakukan transaksi dari rumah, akan menimbulkan dampak positif dalam mengurangi kemacetan lalu-lintas dan polusi.

2. Identifikasi Masalah

Rendahnya tingkat pemanfaatan *e-Commerce* di kalangan pengusaha komputer yang tergabung dalam APKOMINDO merupakan suatu fenomena bahwa penerapan teknologi informasi dalam proses manajemen bisnis tidak berdiri sendiri, artinya terdapat sejumlah faktor yang berkorelasi atau mempengaruhi rendahnya tingkat pemanfaatan *e-Commerce* di kalangan pengusaha komputer di Indonesia .Terdapat sejumlah faktor yang dimaksud pada dasarnya dapat dipilah menjadi dua kategori, yaitu :

a. Faktor-faktor internal

yang mem-pengaruhi rendahnya tingkat peman-faan *e-Commerce* pada kalangan Pengusaha tersebut antara lain masalah sumber daya manusia, struktur organisasi perusahaan, manajemen perusahaan yang masih menganut pola tradisional, budaya kerja serta keterbatasan penguasaan teknologi informasi.

b. Faktor-faktor eksternal

antara lain situasi perekonomian global, situasi perekonomian nasional , kondisi infrastruktur telekomunikasi serta peraturan pemerintah yang mengatur *e-Commerce*.

3. Pembatasan Masalah

Dari deskripsi indentifikasi masalah yang terungkap di-ketahui bahwa banyaknya faktor yang berkorelasi atau mem-pengaruhi tingkat pemanfaatan *e-Commerce* di kalangan Pengu-saha Komputer yang tergabung dalam APKOMINDO. Menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan pada penulis, tidak semua faktor bisa diteliti sekaligus, karena itu berdasarkan asumsi terhadap fenomena yang dijadikan obyek penelitian, dan disiplin ilmu yang dikuasai, maka masalah yang diteliti dibatasi hanya pada analisis pengaruh Penguasaan Teknologi Informasi terhadap Pemanfaata *e-Co-mmerce* pada Pengusaha Komputer yang tergabung dalam Asosiasi.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan ma-salah tersebut di atas, maka rumusan masalah diajukan dengan pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut :

- a. Bagaimana Tingkat Peman-faatan *e-Commerce* oleh Para Pengusaha Komputer yang tergabung dalam APKOMINDO ?
- b. Apakah terdapat pengaruh persepsi konsep, fungsi, dan penerapan Teknologi Informasi terhadap minat dan perilaku pemanfaatan *e-Commerce* pada para pengusaha komputer yang tergabung dalam APKO-MINDO ?

5. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Adapun manfaat praktis yang dapat diperoleh dari melakukan studi ini adalah :

- a. Dapat mengetahui budaya kerja pengusaha komputer di Indonesia , kesulitan apa yang mereka hadapi, seberapa jauh mereka menguasai teknologi informatika, bagaimana kebiasaan mereka mengoperasikan bisnis. Studi yang dilakukan akan dapat menjadi landasan dalam pengembangan *e-Commerce*.
- b. Dapat diketahui apakah dibutuhkan pengembangan *e-Commerce* di sektor perdagangan komputer.
- c. Dapat diketahui apakah sarana publik yang tersedia sudah memenuhi syarat untuk melakukan *e-Commerce*.

6. Landasan Teori

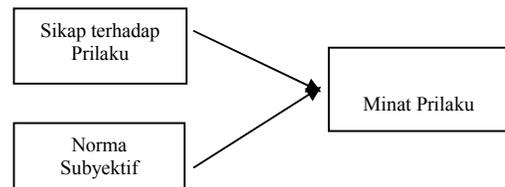
Teknologi yang digunakan di sistim teknologi informasi adalah teknologi komputer, teknologi telekomunikasi dan teknologi apapun yang dapat memberikan nilai tambahan untuk organisasi mempunyai tujuan tertentu ([JOGIYANTO 2005],7). Informasi dapat didefinisikan sebagai data yang sudah diolah dengan cara tertentu sesuai dengan bentuk yang diperlukan [AMSYAH 2003], atau data yang telah diproses atau data yang memiliki arti [McLEOD 2001], atau data yang diolah menjadi bentuk yang berguna bagi para pemakainya [JOGIYANTO 2003]. Ada Tiga asset teknologi in-formasi yaitu :

- a. Aset Sumber Daya Manusia
- b. Aset Teknologi
- c. Aset Relasi

Teori Tindakan Beralasan

Theory Reasoned Action pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980. Teori

ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA ini, minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut. *Theory Reasoned Action* pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980. Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia ber-perilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA ini, minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku me-mentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku ter-sebut.



Gambar 1. Hubungan sikap dan minat

Teori ini mengasumsikan bahwa kepentingan relatif dari sikap terhadap perilaku (*attitute toward the behavior*) dan norma Subyektif (*Subjective norm*) tergantung sebagian dari minat yang sedang diinvestigasi. Untuk beberapa minat, pertimbangan-pertimbangan sikap (*attitudinal consideration*) dianggap lebih penting dari pertimbangan-pertimbangan normatif (*normative consideration*), sedangkan untuk yang ellain pertimbangan-pertimbangan normatif (*normative consideration*) lebih dominasi.

Structural Equation Model (SEM)

SEM adalah merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisa factor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikem-bangkan dalam ekonometri-ka.([GHOZALI2008],3).

Model persamaan struktural umum terdiri dari dua bagian yaitu :

- a. Bagian pengukuran, yang meng-hubungkan *observed* variabel ke *latent* variabel melalui model konfirmatori faktor.
- b. Bagian struktural, yang meng-hubungkan antar laten variable

melalui sistem persamaan simultan.

Estimasi terhadap parameter model menggunakan estimasi maksimum *likelihood*. Dalam hal tidak terdapat kesalahan pengukuran di dalam *observed* variabel, maka model tersebut menjadi model persamaan. Ada Tujuh tahap analisa persamaan struktural yaitu:

- a. Pengembangan Model berbasis teori.
- b. Pengembangan diagram alur.
- c. Konversi diagram alur kedalam persamaan.
- d. Memilih data input dan teknik estimasi Model
- e. Evaluasi masalah indentifikasi Model.
- f. Evaluasi kriteria goodness of Fit.
- g. Interpretasi dan modifikasi Model.

7. Tinjauan Objek Penelitian

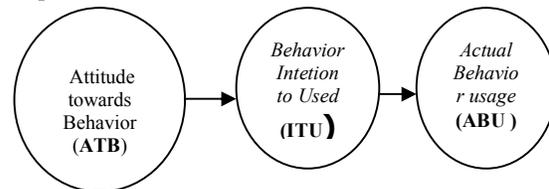
Tingkat penggunaan Internet yang rendah di Indonesia, disebabkan oleh masih rendahnya transmisi yang ada, hampir di seluruh wilayah tanah air menggunakan koneksi *copper wires*, hanya beberapa kota utama menggunakan koneksi *fiber optic*, tetapi penyambungan pada titik konsumen masih menggunakan koneksi *copper wires*, akibatnya kecepatan transmisi yang diperoleh hanya 19,200 kbps, bahkan pada sebagian kota hanya mendapatkan kecepatan 9,800 kbps. Pada saat ini sulit bagi ISP untuk meningkatkan *bandwidth*, hal ini disebabkan karena jumlah pelanggan yang sedikit dan harga penyambungan koneksi yang masih sangat mahal. [Kurnia 2007].

Dengan ketertinggalan Indonesia dalam pelaksanaan *e-Commerce* kita kehilangan banyak kesempatan berpartisipasi dalam persaingan global, terutama dibidang *e-Commerce*, banyak perusahaan besar *multi national* melakukan pembelian keluar negeri terutama untuk perangkat-perangkat IT, karena mereka tidak mendapatkan informasi yang tepat tentang eksisnya perwakilan merek produk IT tertentu di Indonesia, akibatnya distributor *local* kehilangan kesempatan untuk berdagang dengan pelanggan atau *reseller*.

8. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini merupakan salah satu penelitian yang dikembangkan dari teori TRA, mengukur konstruk-konstruk TRA menggunakan daftar pertanyaan survei, yang menguji dua faktor penerimaan teknologi yaitu Minat (*Intention*) dan Perilaku (*Behavior*), yang diutamakan pada penelitian ini adalah minat yang mendorong para pengusaha komputer untuk mengembangkan *e-Commerce*.

Model TRA yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan saat ini tergambar pada model berikut:



Gambar 2. *Theory of Reasoned Action Model (TRA)*

Penjelasan : Perspsi, Sikap perilaku responden terhadap Kon-sep,Fungsi, dan Penerapan Teknologi Informatika (ATB) akan mem--pengaruhi minat untuk melaksanakan e-Commerce(ITU) dan akan mem-pengaruhi pemanfaatan e-commerce di kalangan responden(ABU).

9. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini berupa analisa pengaruh antar konstruk terhadap pemanfaatan *e-commerce* para pengusaha komputer di Jakarta berdasarkan pendekatan model TRA

H0: Diduga para Pengusaha komputer belum meman-faatkan *e-Commerce*.

H1: Diduga terdapat pengaruh hubungan kausal persepsi konsep, funhsi, dan penerapan teknologi informasi(ATB) terhadap Minat para pengusaha komputer meman-faatkan *e-Commerce* (ITU).

H2: Diduga Minat pemanfaatan e-commerce(ITU) mempenga-ruhi Peri-laku pe-manfaatan e-Commerce (ABU).

10. Metodologi Penelitian

a. Instrumen Penelitian

Konstruk Eksogenous dikenal sebagai *sources variables* atau independen variabel yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam

model. Pada Penelitian ini konstruk eksogenous meliputi: , *Attitude towards Behavior* (ATB) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa sebuah teknologi informatika penting bagi pengembangan bisnisnya.

Konstruk Endogen Adalah faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk endogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen. Pada penelitian ini konstruk endogen meliputi *Behavioral Intention To Use (ITU)* dan *Actual Behavioral Usage (ABU)*.

Skala pengukuran semua variabel bebas dan variabel tak bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Semantik Diferensial, yakni skala pengukuran yang dapat memberikan penjelasan mengenai kategori, peringkat, jarak dan perbandingan.

b. Teknik Analisa Data dengan Structural Equation Model (SEM)

Pengolahan dan analisa data dilakukan dengan teknik multivariat Structure Equation Model dengan menggunakan perangkat lunak Amos7 dengan tahapan berikut :

- 1) Pengembangan Model Berbasis teori
- 2) Pengembangan diagram Jalur
- 3) Konversidiagram jalur ke dalam persamaan.
- 4) Memilih matriksameter input dan estimasi model.
- 5) Analisa Inferensial (Uji Asumsi, Uji Model Fit)
- 6) Uji Parameter Model

11. Analisa dan Interperestasi

a. Analisa Penelitian

Uji Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif memberikan penjelasan bahwa data memiliki nilai Valid N (listwise) dengan tingkat validasi yang baik sebanyak 317(100%), demikian pula halnya dengan penjelasan Range dan Variance. Sementara untuk nilai Maximum, Minimum, Mean dan *Standard Deviation* menjelaskan bahwa kisaran data bernilai normal dan tidak ada nilai esktrim yang muncul pada

frekuensi kemunculan data dari tiap variabel yang diobservasi.

Uji Asumsi

Dari hasil test *Assesment of Normality* dari AMOS7 diketahui masih adanya nilai *kurtosis* dan *skewness* yang sangat signifikan, ada nilai $cr > 2.58$ maka dikatakan ada distribusi data variabel *observed* yang tidak normal. Pada Tabel Mahalanobis distance dapat dilihat Mahalanobis d-squared ada nilai yang diuji yang lebih besar dari χ^2 tabel, artinya terdapat outlier.

Estimasi Model Awal

Dari *path diagram/* diagram alur dan output Amos diketahui bahwa model teori yang diajukan pada penelitian ini tidak sesuai dengan model populasi yang diobservasi, yaitu P tidak memenuhi persyaratan karena hasil dibawah *cut off value* seharusnya untuk menerima H_0 yaitu ≥ 0.05 . Berdasarkan justifikasi teoritis yang telah ada, maka dilakukan modifikasi model dengan asumsi perubahan model struktural harus dilandasi dengan teori yang kuat ([GHOZALI 2005], 71).

Modifikasi Model

Berdasarkan hasil *Estimasi* dan *Regression Wieght*, maka dilakukan modifikasi dengan menghapus variabel indikator yang bukan merupakan konstruktor yang valid bagi suatu variabel laten pada model struktural yang diajukan. Jika nilai *stimate* pada *loading factor* (λ) dari suatu variabel indikator < 0.5 maka indikator tersebut hendaknya di drop (dihapus) ([GHOZALI 2004], 96). Selanjutnya untuk melihat signifikansi (Sig), nilai yang dipersyaratkan adalah < 0.05 . Jika nilai Sig > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa indikator tersebut bukan merupakan konstruktor yang valid bagi suatu variebel laten dan sebaiknya hal ini di drop (dihapus) ([WIDODO 2006], 59). Modifikasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai *Probalility* > 0.05 sehingga model dinyatakan fit (sesuai). Pada penelitian ini modifikasi dilakukan dalam dalam tiga tahap.

Estimasi Model Modifikasi

Setelah model dimodifikasi kemudian diestimasi kembali dengan

menggunakan Amos 7 menghasilkan *Absolut Fit Measures, Incremental Fit Measures* dan *Parsimonious Fit Measaures* yang fit dapat dilihat di table berikut :

Ukuran kesesuaian	Batas nilai kritis	Hasil model ini	Keterangan
1. Absolut Fit Measures			
<ul style="list-style-type: none"> ■ Chi- ■ Probability ■ Cmin ■ GFI ■ RMSEA 	Kecil, $\leq \chi^2 \alpha$; df ≥ 0.05 ≤ 2.0 ≥ 0.90 ≤ 0.08	127.75 0.000 3.1 0.93 0.08	Baik Kurang baik Marginal Baik Marginal
2. Incremental Fit Measures			
<ul style="list-style-type: none"> ■ AGFI ■ TLI ■ NFI ■ CFI 	≥ 0.90 ≥ 0.95 ≥ 0.90 ≥ 0.95	0.893 0.964 0.962 0.973	Marginal Baik Baik Baik
3. Parsimonious Fit Measaures			
<ul style="list-style-type: none"> ■ PNFI ■ PGFI 	≥ 0.60 ≥ 0.60	0.717 0.58	Baik Marginal

Tabel 1. Olah data AMOS 7.0 pada model modifikasi akhir

b. Pengujian Hipotesis & Interpretasi Hasil

Diduga (*Attitude Towards Behavior/ATB*) terdapat pengaruh hubungan kausal (*Attitude Towards Behavior/ATB*) terhadap Minat pemanfaatan e-Commerce (*Intention Towards Using/ITU*). Diduga Minat Pemanfaatan e-Commerce (*Intention Towards Using/ITU*) berpengaruh terhadap pemanfaatan e-Commerce (*Attitude Behavioral Toward Using/ABU*).

Hipotesa Statistik

Variabel laten eksogen :

$H_0 : \gamma_n = 0$; Tidak berpengaruh (Terima H_0)

$H_1 : \gamma_n \neq 0$; Berpengaruh (Tolak H_0)

Variabel laten endogen :

$H_0 : \beta_n = 0$; Tidak berpengaruh (Terima H_0)

$H_1 : \beta_n \neq 0$; Berpengaruh (Tolak H_0)

Kriteria Pengambilan Keputusan

- Jika Probabilitas (Sig) > 0.05 maka H_0 diterima
- Jika Probabilitas (Sig) < 0.05 maka H_0 ditolak

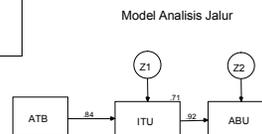
Hipotesis	Sig	Hasil Hipotesis
H_1 (ATB – ITU)	0.000	Tolak H_0
H_2 (ITU – ABU)	0.000	Tolak H_0

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa :

- (1) Variabel *Attitude Toward Behavior* (ATB) **berpengaruh** terhadap variabel *Intention Towards Usings* (ITU)
- (2) Variabel *Intention Towards Usings* (ITU) **berpengaruh** terhadap variabel *Attitude Behavioral Toward Using* (ABU).

Berdasarkan hasil Uji Hipotesa diperoleh model akhir sebagai berikut :



Chi-Square=36.037
 Incremental Fit Measures
 TLI= 0.96
 NFI= 0.954
 CFI= 0.965

Implikasi Penelitian

Implikasi pemanfaatan e-Commerce dari segi aspek manajerial meliputi :

- a. Pemanfaatan e-commerce harus didukung secara penuh oleh pihak manajemen dan diberikan fasilitas pendukung untuk semua outlet di Dusit Mangga II dan ITC Mangga II , pendukung utama berupa koneksi internet harus tersedia.
- b. *Content* dari situs suplyer mau agen harus selalu diperbaruhi, sehingga produk yang ditawarkan tidak merupakan produk yang *out of stock*.
- c. Untuk dapat memanfaatkan e-Commerce manajemen harus mempunyai keyakinan dan kepercayaan terhadap sistim

pembayaran yang dapat dilakukan pada saat ini .

Implikasi pemanfaatan e-Commerce dari segi aspek sistem meliputi :

- a. Penggunaan software pendukung e-Commerce dari segi sistemnya apabila pengusaha komputer hanya sebagai pembeli dalam perdagangan maya tidak ada masalah besar, tetapi apabila mereka ingin menjadi penjual dalam perdagangan maya harus dikembangkan lagi situs yang dapat mendukung perdagangan tersebut dari masing-masing pengusaha atau dengan membuat satu situs untuk mengakomodasi sejumlah pengusaha.
- b. Software pendukung e-commerce pada saat ini mudah didapat, dalam hal kemudahannya dapat lebih ditingkatkan lagi apabila pembuatan content dari situs dapat dikoordinasi oleh Asosiasi yang merupakan wadah dari pengusaha komputer.
- c. Dari segi infrastruktur yaitu jaringan internet yang terpasang di Dusit Mangga II dan ITC Mangga II cukup reliable dari segi kecepatan dan cukup murah dari segi biaya langganan. Pemanfaatan e-Commerce dapat dikembangkan lagi yaitu tidak hanya untuk mengunduh *software* yang gratis.
- d. Dari segi infrastruktur yaitu hardware. Penggunaan e-Commerce tidak akan menimbulkan beban tambahan bagi pengusaha komputer, karena setiap pengusaha (took) memiliki jaringan internet dan komputer baik itu berbentuk desktop maupun notebook.
- e. Dari segi regulasi, pemanfaatan e-Commerce dapat terlaksana apabila ditunjang dengan kepastian hukum yang terkait dengan pembayaran *on-line*.
- f. Dari segi pendanaan, Pemanfaatan e-Commerce untuk menggantikan bisnis tradisional dalam jangka panjang dapat mengurangi biaya operasional sewa toko dan biaya gaji.

Implikasi pemanfaatan e-Commerce dari segi aspek penelitian lanjutan meliputi :

- a. Konstruksi *Normative beliefs* dalam model TRA yang merupakan kepercayaan-kepercayaan tentang ekspektasi normatif dari orang-orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi pemanfaatan e-Commerce adalah salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam pemanfaatan e-Commerce para

pengusaha komputer. Pada penelitian ini *normative beliefs* tidak diperhatikan dan diharapkan pada penelitian selanjutnya *normative beliefs* tersebut harus diperhatikan dengan baik karena dengan memperhatikan *normative beliefs* hasilnya akan lebih baik dan model yang dihasilkan juga akan lebih baik.

- b. Dapat dikembangkan Model Teori Perilaku Rencana/*theory of planned behavior (TPB)* dalam penelitian jenis tersebut dengan menggunakan Model Teori Perilaku Rencana, akan dapat diukur peranan regulasi dalam pemanfaatan e-Commerce, TPB berasumsi banyak perilaku tidak semuanya dibawah control penuh individual sehingga ditambahkan konsep perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Persepsian tersebut merefleksikan pengalaman masa lalu dan juga mengantisipasi halangan-halangan yang ada diluar sikap dan persepsi individu pelaku.

12. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian-pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Model akhir yang diperoleh pada penelitian ini adalah model TRA (*Theory of reasoned action Model*) oleh Hartwick dan Barki 1994. Variabel yang mempengaruhi pemanfaatan e-Commerce pada pengusaha kom-puter dalam penelitian ini meliputi variabel ATB (*Attitude Towards Behavior*), variabel ITU (*Intention Towards Using*) dan variabel ABU (*Actual Behavior Towards Using*). Ketiga variabel tersebut berhubungan kuualitas.
2. Variabel ATB (Persepsi konsep, fungsi, dan penerapan teknologi informasi) **ber-pengaruh** terhadap variabel ITU (Minat pemanfaatan e-Commerce).
3. Variabel ITU (Minat pemanfaatan e-Commerce) **berpengaruh** terhadap variabel ABU (Perilaku pemanfaatan e-Commerce).

Saran

Adapun saran yang diajukan sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan adalah :

1. Pada penelitian ini diperoleh sebanyak 7.25% responden yang sebagai distributor, yang menyebabkan pengolahan data tahap pertama tidak fit dengan model. Penelitian selanjutnya diharapkan sampel untuk kelompok Distributor lebih ditingkatkan karena secara bisnis para distributor akan lebih berkepentingan melakukan *e-Commerce*.
2. Konstruksi *Normative beliefs* yang diabaikan dalam penelitian tersebut harus diperhatikan pada penelitian lanjut, karena faktor ekspektasi-ekspektasi dalam perdagangan komputer akan sangat berperan dalam perilaku pemanfaatan *e-commerce*.
3. Penggunaan model *theory of planned behavior/ TPB* akan dapat memperoleh model penelitian lebih sempurna, karena TPB berasumsi banyak perilaku tidak semuanya dibawah control penuh individual para pelaku, keberhasilan pemanfaatan *e-Commerce* sangat tergantung pula pada berbagai regulasi baku yang ditetapkan oleh pemerintah atau oleh etika perdagangan itu sendiri. Permasalahan etika muncul karena dalam pemanfaatan *e-Commerce* ada kegiatan yang legal dalam hubungan transaksi tetapi belum diatur dalam hukum. Menggunakan model TPB hal-hal yang berhubungan dengan regulasi, hukum, dan etika dapat dinilai dalam konsep perilaku persepsian.

Daftar Pustaka

- [BUNGIN2006] Bungin, B., " *Metodologi Penelitian Kuantitatif* ", Fajar Interpratama offset, 2006.
- [GHOZALI 2008] Imam Ghozali, " *Model Persamaan Struktural, , Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0* ", Penerbit Undip
- [INDRAJIT2004] Indrajit, R E., " *Pengantar Sistem Informasi* ", Program Pasca Sarjana Magister Teknologi Informasi Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.
- [INDRAJIT2004] Indrajit, R E, " *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi kumpulan artikel* ", STMIK PERBANAS RENAI SANCE CENTER , Jakarta, 2004.
- [JOGIYANTO 2003] Jogyanto, " *Sistem Teknologi Informasi* ", Penerbit Andi Yogyakarta, 2005
- [KURNIA 2007] A Sherah Kurnia., " *e-Commerce Adoption in Developing*

- Countries: an Indonesian Study*", http://www.dis.unimelb.edu.au/staff/sherahk/Papers/SISC_developing%20countries_Fin_al.doc (diakses January 2008)
- [MARILYN2000] Marilyn Greenstein, " *Electronic Commerce : Security,Risk, Management and Control* ", McGraw-Hill,2000
- [NASUTION 2004] Fahmi Natigor Nasution, " *Teknologi Informasi Berdasarkan Apek Perilaku (Behavior Aspect)* ", USU Digital Library, 2004, <http://library.usu.ac.id> (retrieved 16 Januari 2006)
- [TURBAN 2004] Tuban E, " *Electronic Commerce* ", Prentice Hall 2004