

**PENGARUH APLIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN
DAYA SAING PERUSAHAAN**
(Studi Pada Ukm Kota Malang)

Sri Eka Pebruati Tj.¹⁾, Siti Ragil Handayani²⁾, Zahroh Z.A.³⁾

¹⁾Sekolah Tinggi Teknologi STIKMA Internasional

^{2,3)}Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

E-mail: ¹⁾atikkinasih@gmail.com

Abstract

Analysis of information technology adoption process much use the Technology Acceptance Model (TAM), which consists of three main variables, namely Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease Of Use (PEOU) and the Acceptance of IT. This study was followed by testing the extent to which the influence of the adoption of information technology to increase competitiveness companies especially in the SME sector. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) with respondents IT users working in the field of SME sector of the economy. Results showed that Perceived usefulness (PU) does not significantly influence IT acceptance. While Perceived ease of Use (PEOU) significantly influence IT Acceptance. In the end, IT Acceptance a significant effect on increasing competitiveness

Keywords : *Perceived usefulness (PU), Perceived ease of use (PEOU), IT Acceptance, Technology Acceptance Model, information technology, increased competitiveness, SMEs.*

Abstrak

Analisis proses adopsi teknologi informasi banyak menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang terdiri dari 3 variabel utama, yaitu *Perceived usefulness (PU)* (manfaat yang dirasakan), *Perceived Ease of Use (PEOU)* (kemudahan penggunaan) dan *Acceptance IT* (penerimaan TI). Penelitian ini dilanjutkan dengan menguji sejauh mana pengaruh adopsi teknologi informasi ini terhadap peningkatan daya saing perusahaan khususnya pada sektor UKM. Teknik analisis yang digunakan adalah *PLS (Partial Least Square)* dengan responden pengguna TI yang bekerja di bidang ekonomi sektor UKM. Hasil penelitian menunjukkan adanya *Perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan TI. Sedangkan *Perceived ease of Use* (kemudahan penggunaan) berpengaruh signifikan terhadap *Acceptance IT* (penerimaan TI). Pada akhirnya, *Acceptance IT* (penerimaan TI) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

Kata Kunci : *Perceived usefulness, Perceived ease of use, Acceptance IT, Technology Acceptance Model, teknologi informasi, peningkatan daya saing, UKM.*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan bisnis. Peranan TI dalam berbagai aspek kegiatan bisnis dapat dipahami karena sebagai sebuah teknologi yang menitikberatkan pada pengaturan sistem informasi dengan penggunaan komputer, TI dapat memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan dan akurat. Penerapan TI bagi perusahaan mempunyai peranan penting dan dapat menjadi pusat strategi bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan terutama dalam menjalankan segala aspek aktifitas organisasi. Penggunaan teknologi informasi bagi suatu perusahaan ditentukan oleh banyak faktor, salah satu diantaranya adalah karakteristik pengguna TI.

Perbedaan karakteristik pengguna TI dipengaruhi juga oleh banyak faktor, salah satunya adalah perilaku pengguna. Perilaku pengguna dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap TI, yang secara teoritis dideskripsikan dikembangkan oleh para pengembang TI sebagai pengguna dan pengaruhnya terhadap penggunaan komputer (Davis, et al:1989, Ferguson,1991). Berdasarkan aspek keperilakuan pengguna (*user*) akan mempengaruhi persepsi dan sikap dalam penggunaan TI. Sikap pengguna (*user*) dapat ditunjukkan dari kesiapan pengguna untuk mengadopsi TI dalam peningkatan daya saing perusahaan.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. UKM memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan produk domestik bruto (PDB) dan nilai tambah nasional, serta penyerapan tenaga kerja. Karakteristik usaha kecil dan menengah jika dilihat dari pengelolaannya menerapkan manajemen kekeluargaan, dimana pemilik sekaligus berperan sebagai pengelola usaha. Sedangkan dari sisi jumlah tenaga kerja tidak lebih dari 10 orang, modal usaha yang terbatas serta menempati lokasi usaha yang sederhana. Aplikasi teknologi industri pada usaha kecil dan menengah masih sederhana dengan menggunakan alat-alat ataupun mesin-mesin hasil rancangan sendiri. Orientasi pasar cenderung berfokus pada satu jenis pangsa

pasar tertentu baik pasar lokal, regional, nasional maupun internasional.

Kebijakan ekonomi Indonesia di masa lalu telah menghasilkan struktur ekonomi yang berbentuk piramida (gambar 1.1) dimana memperlihatkan kekuatan usaha skala besar yang dikuasai oleh sebagian kecil “konglomerat”. Puncak piramida menunjukkan omset 200 konglomerat Indonesia berdasarkan Survei Warta Ekonomi (1993) dalam Kuncoro(2007). Sementara posisi di bagian bawah piramida didominasi oleh UKM yang beroperasi dalam iklim yang sangat kompetitif, hambatan masuk rendah, margin keuntungan rendah dan tingkat *drop-out* yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia harus lebih berbenah untuk bisa menjadi negara yang siap menghadapi pasar bebas.

Rendahnya posisi UKM dalam piramida ekonomi Indonesia tersebut ternyata juga berdampak pada rendahnya tingkat sumbangan pembentukan PDB. Pada tahun 2001 sumbangan UKM terhadap total PDB Nasional baru mencapai 54,5% yang berasal dari Usaha kecil 39% dan Usaha menengah 14,8%. Sedangkan pada tahun 2003 besaran sumbangan UKM terhadap total PDB Nasional menjadi 56,7% dari total PDB Nasional dengan perincian 41,1% dari Usaha kecil dan 15,6% dari Usaha Menengah (Sumber BPS, 2004).

Hasil penelitian Deputy Bidang Pengkajian Sumberdaya Usaha Kecil Menengah dan Koperasi / UKMK (2005), juga menyatakan bahwa daya saing komoditas yang dihasilkan UKMK Indonesia relatif lemah yang ditandai dengan belum diterimanya produk-produk UKMK di pasar dunia. Lemahnya daya saing komoditas UKM Indonesia dalam pasar dunia tercermin pada jumlah ekspor yang dibandingkan dengan usaha skala besar. Rendahnya tingkat daya saing dan kinerja UKM di Indonesia akan berpengaruh negatif pada saat era perdagangan bebas yang mulai dilaksanakan secara penuh pada tahun 2010. Untuk dapat memenangkan persaingan global tersebut, maka UKM harus memiliki keunggulan-keunggulan yang kompetitif. Sehingga melalui keunggulan tersebut akan memberikan nilai tambah untuk melakukan re-investasi dalam berbagai faktor produksi.

Penggunaan teknologi informasi oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan hal yang menarik untuk diketahui. Penggunaan teknologi informasi dalam menunjang sistem

informasi membawa pengaruh terhadap hampir semua aspek dalam pengelolaan bisnis, dan memberi nilai tambah jika didesain menjadi sistem informasi yang efektif. Fungsi dan konsep baru yang sangat penting dari sistem informasi sebagai sebuah *Strategic Information System* muncul pada awal tahun 1990-an. Dalam konsep ini, TI menjadi komponen yang sangat penting dalam proses bisnis produk dan jasa untuk meraih *competitive advantage* di pasar global serta meraih *competitive strategic* yang lebih unggul dibanding pesaingnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi seseorang terhadap teknologi informasi untuk disikapi dan diterapkan dalam meningkatkan daya saing perusahaan pada sektor ekonomi khususnya UKM di kota Malang. Model konsep pengaruh persepsi yang dikembangkan menggunakan pendekatan model TAM yang dikemukakan Davis (1989) dan pengaruhnya terhadap peningkatan daya saing didasarkan pada teori Porter dan Albenburg (2000). Lingkup masalah dalam penelitian ini dibatasi pada UKM yang memanfaatkan teknologi informasi di Kota Malang. Responden adalah pimpinan atau pemilik UKM yang memanfaatkan teknologi informasi.

LANDASAN TEORI

1. Aspek Keperilakuan (*Behaviour Aspect*) dalam Penerapan Teknologi Informasi

Ada tiga hal yang berkaitan dengan penerapan TI berbasis komputer yaitu : perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*) dan Pengguna (*brainware*). Ketiga komponen tersebut saling berinteraksi dan dihubungkan dengan suatu perangkat masukan keluaran (*input-output media*), yang sesuai dengan fungsinya masing-masing. Perangkat keras adalah media yang digunakan untuk memproses informasi. Perangkat lunak yaitu sistem dan aplikasi TI. Pengguna adalah pelaku yang memanfaatkan perangkat komputer baik secara personal maupun kelompok.

Faktor-faktor teknis, perilaku, situasi dan personal pengguna TI perlu dipertimbangkan sebelum TI diimplementasikan. Perilaku pengguna, dan personal sistem diperlukan dalam pengembangan sistem. Hal ini berkaitan dengan pemahaman dan cara pandang pengguna sistem tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi para personal (orang-orang) yang

terlibat dalam implementasi system akan berpengaruh pada akhir suatu system, apakah system itu berhasil atau tidak, dapat diterima atau tidak, bermanfaat atau tidak jika akan diterapkan.

Faktor sikap (*attitude*) merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individu. Sikap seseorang terdiri atas komponen kognisi (*cognitive*), afeksi (*affective*) dan komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*). Sikap pengguna terhadap komputer dapat pula ditunjukkan dengan sikap optimisme pengguna bahwa komputer sangat membantu dan bermanfaat untuk mengatasi masalah atau pekerjaannya.

2. Tinjauan Teoritis Model Davis F.D (1989)

Model TAM sebenarnya diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action (TRA)*, yaitu teori tindakan yang beralasan. Teori ini dikembangkan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku. Tujuan perilaku ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut. Dengan demikian dapat dipahami reaksi dan persepsi pengguna TI akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan TI. Sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan TI menjadikan tindakan orang tersebut dapat menerima penggunaan TI. Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis menjelaskan perilaku pengguna komputer, yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna TI terhadap penerimaan penggunaan TI itu sendiri. Model TAM secara lebih rinci menjelaskan penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya TI oleh si pengguna (*user*). Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Secara empiris model ini telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna PC, dimana banyak pengguna PC dapat dengan mudah menerima TI karena sesuai dengan apa yang diinginkannya (Iqbaria, et al., 1997).

3. Persepsi terhadap Teknologi Informasi yang Manfaat (*perceived usefulness*)

David F.D, (1989) mengidentifikasi kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, serta prestasi kerja orang yang menggunakannya. Menurut Thompson, et al, (1991;1994) kemanfaatan TI merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna TI dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas/ keragaman aplikasi yang dijalankan. Thompson (1991) juga menyebutkan bahwa individu akan menggunakan TI jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Chin dan Todd (1995) memberikan beberapa dimensi tentang kemanfaatan TI. Menurut Chin dan Todd (1995) kemanfaatan dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu (1) Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor dan (2) Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor (Kemanfaatan dan efektivitas).

Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor meliputi dimensi :

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)
2. Bermanfaat (*Usefull*)
3. Menambah produktifitas (*Increase productivty*)
4. Mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*)
5. Meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

Kemanfaatan dengan estimasi dua faktor oleh Chin dan Todd (1995) dibagi menjadi dua kategori lagi yaitu kemanfaatan dan efektifitas, dengan dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kemanfaatan meliputi dimensi: (1) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*) (2) Bermanfaat (*Usefull*) dan (3) Menambah produktifitas (*Increase productivty*)
2. Efektifitas meliputi dimensi : (1) Mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*), (2) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

4. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)

Davis, F.D (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan system juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi beban seseorang (baik waktu dan tenaga) di dalam mempelajari komputer. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan TI bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan TI (secara manual). Pengguna TI mempercayai bahwa TI yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya (*comportible*) sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Davis F.D (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan TI antara lain : (1) komputer sangat mudah dipelajari, (2) komputer mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna , (3) ketrampilan pengguna bertambah dengan menggunakan komputer, (4) komputer sangat mudah untuk dioperasikan. Untuk variabel kemudahan pemakaian, Iqbaria (1994) juga telah menguji dalam studinya apakah penerimaan terhadap mikro komputer dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang diharapkan oleh si pengguna atau karena tekanan sosial. Temuan studi Iqbaria (1994) membuktikan bahwa TI digunakan bukan mutlak karena adanya tekanan sosial, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan TI bukan karena adanya unsur tekanan, tetapi karena memang mudah digunakan.

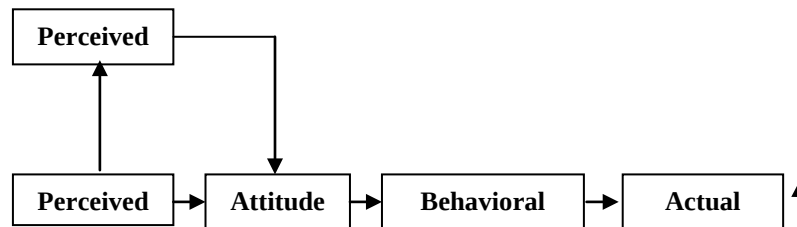
5. Penerimaan terhadap Teknologi Informasi (*acceptance of information technology*)

Iqbaria (1994), menyebutkan bahwa secara individu maupun kolektif penerimaan penggunaan dapat dijelaskan dari variasi penggunaan suatu sistem karena diyakini penggunaan suatu sistem yang berbasis TI dapat mengembangkan kinerja individu atau kinerja organisasi.

Beberapa penelitian lain telah mengidentifikasi indikator penerimaan TI, dimana secara umum diketahui bahwa penerimaan TI dilihat dari penggunaan sistem

dan frekuensi penggunaan komputer dan ada juga yang melihat aspek kepuasan pengguna (Iqbaria, et al, 1997).

Model Teoritis Davis 1989 dapat digambarkan sebagai berikut :



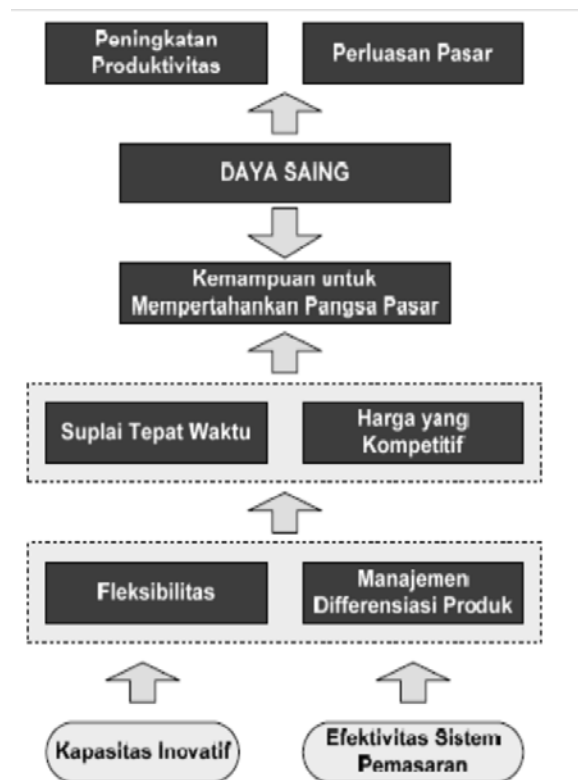
Gambar 1 Technology Acceptance Model
Sumber Davis, 1989

6. Konsep Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Competitive advantage atau keunggulan bersaing adalah kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan tidak dimiliki pesaingnya yang menjadikan perusahaan tersebut lebih unggul dibanding para pesaingnya. Konsep daya saing menurut Porter dan Albenburg diperlihatkan dalam gambar berikut.

Beberapa strategi dapat dijalankan perusahaan untuk dapat meraih keunggulan berkompetisi. Menurut Porter, perusahaan dapat meraih *competitive advantage* melalui dua cara yaitu:

1. *By lower cost*, yaitu kemampuan perusahaan untuk mendesain, memproduksi dan memasarkan produk dengan lebih efisien dibandingkan pesaingnya. *By differentiation*, yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan nilai lebih (*superior value*) kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan produk yang unik atau special serta pelayanan jasa yang lebih baik dibanding pesaingnya.



Gambar 1. Konsep Daya Saing

Strategi diatas dimungkinkan dapat dicapai dengan bantuan TI pada sistem informasi yang diaplikasikan oleh suatu organisasi. Apabila organisasi pada tahapan selanjutnya telah memiliki keunggulan berkompetisi, maka akan diikuti dengan peningkatan *business-value*, demikian juga *costumer-value*.

TI dengan kemampuannya, dapat memberikan kontribusi kepada system informasi dan proses bisnis dalam 3 bentuk, yaitu:

1. Efisiensi yang diukur dengan produktivitas, yaitu dapat mengerjakan pekerjaan dengan lebih baik.
2. Efektifitas dicapai dengan memperluas scope tugas individu pekerja atau proses dalam organisasi, yaitu dapat mengerjakan pekerjaan dengan lebih baik termasuk yang sebelumnya belum dapat dikerjakan perusahaan.
3. Keunggulan berkompetisi yang dicapai perusahaan, yaitu bekerja lebih baik dan memberikan sesuatu yang baru kepada *customer*.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penarikan Sample

Teknik pengambilan sample yang digunakan peneliti adalah *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi (Sugiyono, 2008) dengan teknik *simple Random sampling* adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa

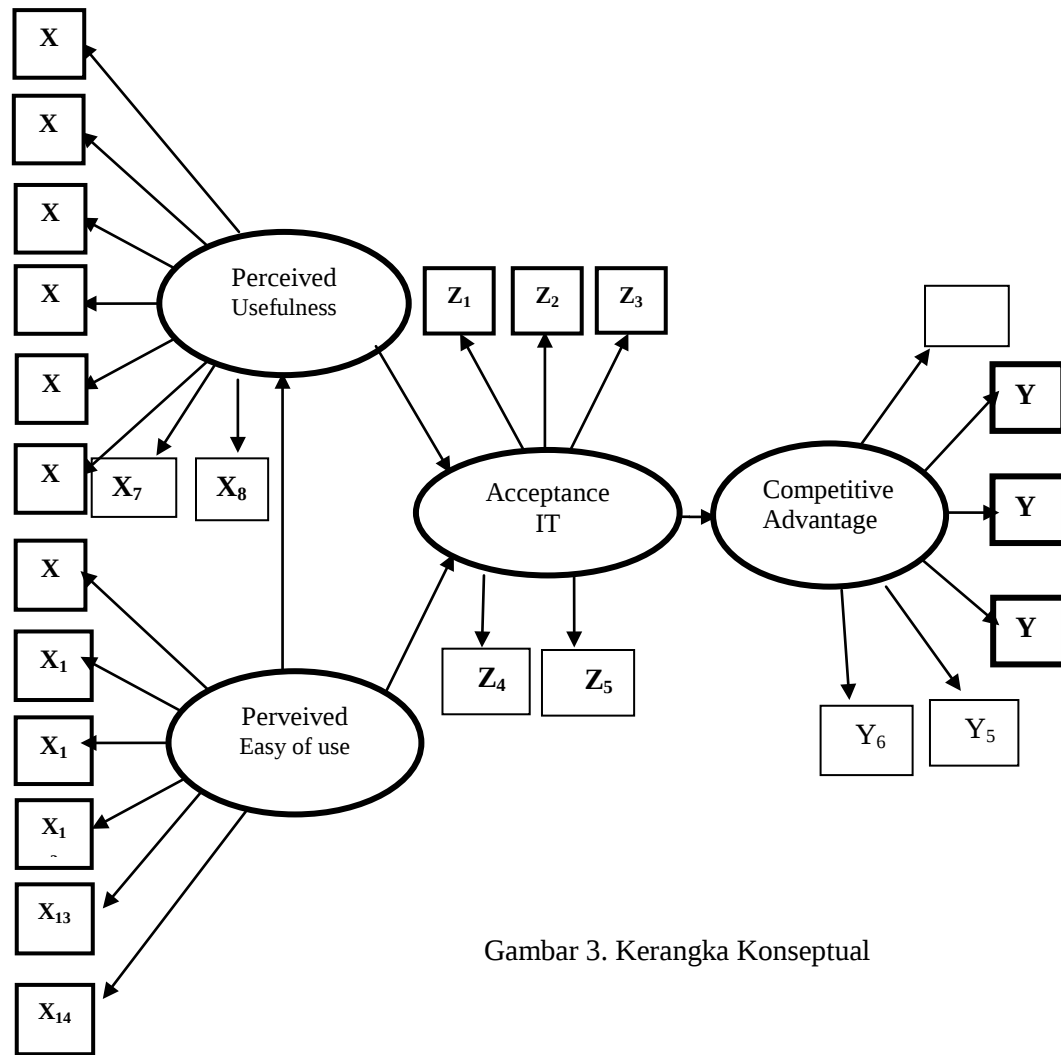
memperhatikan strata atau tingkatan yang ada dalam anggota populasi tersebut. Hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen atau sejenis (Riduwan dan Kuncoro, 2007).

Teknik Analisa Data

Dengan memperhatikan model penelitian, kerangka teoritis dan tahapan penelitian yang telah diformulasikan sebelumnya, teknik yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, adalah model *Partial Least Square (PLS)*.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dengan mengembangkan model TAM yang dikemukakan Davis (1989), dengan menggabungkan Model Teoritis aspek perilaku dalam teknologi informasi, yaitu kemudahan pemakaian (*ease of use*) yang dikemukakan (Iqbaria, 1994) dan kemanfaatan (*usefulness*). Model TAM mengekspektasikan bahwa faktor intern dan ekstern organisasi akan berpengaruh terhadap kemanfaatan dan kemudahan pemakaian penggunaan PC yang dikemukakan Iqbaria et al, (1997).



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *acceptance IT*
- H₂ : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*
- H₃ : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *acceptance IT*
- H₄ : *Acceptance IT* berpengaruh terhadap *competitive advantage*

Statistik Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna teknologi informasi sebanyak 50 UKM (Sumber : Dinas Koperasi dan UKM kota Malang, 2010). Responden adalah pengguna teknologi informasi yang sekaligus berkedudukan sebagai pemilik perusahaan. Aplikasi TI dalam penelitian ini diidentifikasi melalui pendekatan

teori TAM. Selanjutnya diteliti pengaruh aplikasi TI ini terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian meliputi *Perceived Usefulness* (X1), *Perceived Ease of Use* (X2), *Acceptance IT* (Z), dan *Competitive Advantage* (Y). Deskripsi variabel penelitian meliputi distribusi jawaban responden beserta persentasenya. Berikut disajikan deskriptif variabel selengkapannya.

1. Deskriptif Variabel *Usefulness* (X1)

Variabel *Perceived usefulness* (X1) terdiri dari 8 indikator penyusunnya. Tabel berikut menyajikan distribusi jawaban responden pada variabel *Perceived usefulness* (X1) :

Tabel 1. Persentase jawaban responden variabel *Perceived usefulness* (X1)

Indikator	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata Skor
	STS		TS		B		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	
X1.1	0	0.00	0	0.00	8	19.05	19	45.24	15	35.71	4.17
X1.2	0	0.00	3	7.14	7	16.67	17	40.48	15	35.71	4.05
X1.3	0	0.00	6	14.29	19	45.24	11	26.19	6	14.29	3.40
X1.4	10	23.81	16	38.10	11	26.19	5	11.90	0	0.00	2.26
X1.5	0	0.00	5	11.90	17	40.48	19	45.24	1	2.38	3.38
X1.6	0	0.00	4	9.52	9	21.43	23	54.76	6	14.29	3.74
X1.7	0	0.00	7	16.67	18	42.86	16	38.10	1	2.38	3.26
X1.8	0	0.00	4	9.52	6	14.29	31	73.81	1	2.38	3.69

Sumber : lampiran 1

2. Deskriptif Variabel *Perceived Ease of Use* (X2)

Variabel *Perceived Ease of Use* (X2) terdiri dari 6 indikator penyusunnya. Tabel berikut menyajikan distribusi jawaban responden pada variable *Perceived Ease of Use* (X2) :

Tabel 2. Persentase jawaban responden variabel *Perceived Ease of Use* (X2)

Indikator	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata Skor
	STS		TS		B		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%	
X2.1	0	0.00	0	0.00	4	9.52	17	40.48	21	50.00	4.40
X2.2	0	0.00	2	4.76	4	9.52	18	42.86	18	42.86	4.24
X2.3	0	0.00	1	2.38	5	11.90	14	33.33	22	52.38	4.36
X2.4	0	0.00	2	4.76	12	28.57	13	30.95	15	35.71	3.98
X2.5	7	16.67	11	26.19	13	30.95	5	11.90	6	14.29	2.81
X2.6	0	0.00	2	4.76	10	23.81	12	28.57	18	42.86	4.10

Sumber : lampiran 1

3. Deskriptif Variabel *Acceptance IT* (Z)

Variabel *Acceptance IT* (Z) terdiri dari 5 indikator penyusunnya. Tabel berikut menyajikan distribusi jawaban responden pada variable *Acceptance IT* :

Tabel 3. Persentase jawaban responden variabel *Acceptance IT* (Z)

Indikator	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata Skor
	STS		TS		B		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Z1.1	0	0.00	1	2.38	7	16.67	7	16.67	27	64.29	4.43
Z1.2	0	0.00	8	19.05	6	14.29	16	38.10	12	28.57	3.76
Z1.3	0	0.00	0	0.00	8	19.05	19	45.24	15	35.71	4.17
Z1.4	0	0.00	3	7.14	23	54.76	8	19.05	8	19.05	3.50
Z1.5	0	0.00	4	9.52	19	45.24	18	42.86	1	2.38	3.38

Sumber : lampiran 1

4. Deskriptif Variabel *Competitive Advantage* (Y)

Variabel *Competitive Advantage* (Y) terdiri dari 6 indikator penyusunnya. Tabel berikut menyajikan distribusi jawaban responden pada variable *Competitive Advantage* (Y) :

Tabel 4. Persentase jawaban responden variabel *Competitive Advantage* (Y)

Indikator	Persentase Jawaban Responden										Rata-rata Skor
	STS		TS		B		S		SS		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y.1	0	0.00	0	0.00	7	16.67	15	35.71	20	47.62	4.31
Y.2	0	0.00	1	2.38	6	14.29	19	45.24	16	38.10	4.19
Y.3	0	0.00	0	0.00	8	19.05	12	28.57	22	52.38	4.33
Y.4	0	0.00	0	0.00	8	19.05	16	38.10	18	42.86	4.24
Y.5	0	0.00	0	0.00	8	19.05	16	38.10	18	42.86	4.24
Y.6	3	7.14	6	14.29	17	40.48	14	33.33	2	4.76	3.14

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Semua nilai korelasi lebih besar dari 0.3 sehingga validitas instrument terpenuhi atau dengan kata lain instrument dikatakan valid.

Nilai alpha Cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0.6 sehingga semua indikator dalam penelitian dikatakan reliable dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Hasil Analisis PLS

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran diukur dari nilai *outer loading* (indikator refleksif) dan *outer weight* (indikator formatif) pada setiap indikator ke variabel laten. Nilai ini menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *outer loading* atau *outer weight* besar menunjukkan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan). Dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 6. *Outer Model* Variabel *Perceived Usefulness* (X1)

Indikator	Outer Loading	P-Value
X1.1	0.335	0.052
X1.2	0.793	0.000
X1.3	0.797	0.000
X1.4	-0.583	0.000
X1.5	0.809	0.000
X1.6	0.713	0.000
X1.7	0.711	0.000
X1.8	0.662	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 kecuali satu indikator yaitu X1.1 yang memiliki nilai

signifikansi loading faktor < 0.05 sehingga indikator X1.1 tersebut tidak dipakai dan harus dibuang dari analisis.

Tabel 7. *Outer Model Variabel Perceived Ease to Use (X2)*

	Outer Loading	P-Value
X2.1	0.822	0.000
X2.2	0.914	0.000
X2.3	0.921	0.000
X2.4	0.852	0.000
X2.5	0.078	0.642
X2.6	0.874	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 kecuali satu indikator yaitu X2.5 yang memiliki nilai signifikansi loading faktor < 0.05 sehingga indikator X2.5 tersebut tidak dipakai dan harus dibuang dari analisis.

Tabel 8. *Outer Model Variabel Acceptance IT (Z)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
Z1.1	0.804	0.000
Z1.2	0.446	0.020
Z1.3	0.818	0.000
Z1.4	0.706	0.000
Z1.5	0.771	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 sehingga semua indikator dapat digunakan dalam analisis. Artinya semua indikator pada variable *Acceptance IT (Z)* mengukur signifikan terhadap variable *Acceptance IT (Z)*

Tabel 9. *Outer Model Variabel Competitive Advantage (Y)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
Y.1	0.949	0.000
Y.2	0.875	0.000
Y.3	0.968	0.000
Y.4	0.781	0.000
Y.5	0.894	0.000
Y.6	0.087	0.575

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 kecuali satu indikator yaitu Y.6 yang memiliki nilai signifikansi loading faktor < 0.05 sehingga indikator Y.6 tersebut tidak dipakai dan harus dibuang dari analisis.

Dari model pengukuran (outer model) yang telah dijelaskan di atas. Ada beberapa

indikator yang harus dibuang karena tidak mengukur secara signifikan terhadap variable yang diukurnya. Indikator tersebut yaitu **X1.1; X2.5; dan Y.6**. Setelah indikator tersebut dibuang (tidak dipakai dalam analisis). Selanjutnya dilakukan analisis ulang. Berikut disajikan analisis ulang untuk model pengukuran (Lampiran 4).

Tabel 10. *Outer Model Variabel Usefulness (X1)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
X1.1	0.774	0.000
X1.2	0.813	0.000
X1.3	-0.594	0.000
X1.4	0.808	0.000
X1.5	0.719	0.001
X1.6	0.747	0.000
X1.7	0.649	0.009

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value<0.05 sehingga ketujuh indikator tersebut signifikan dalam mengukur variable *Perceived Usefulness* (X1). Untuk indikator X1.3 bertanda negative mengindikasikan semakin tinggi nilai indikator (X1.3) maka hasil pengukuran variable *Perceived Usefulness* (X1) akan semakin rendah. Keenam indikator yang lain bertanda positif menunjukkan semakin tinggi indikator X1.1; X1.2; X1.4; X1.5;

X1.6; dan X1.7 maka pengukuran variable *Perceived Usefulness* (X1) juga akan semakin tinggi.

Berdasarkan nilai loading tertinggi, indikator kedua yaitu (X1.2) ialah indikator yang paling dominan dalam pengukuran variable *Perceived Usefulness* (X1). Artinya indikator (X1.2) ialah indikator yang paling berpengaruh dalam pengukuran variable *Perceived Usefulness* (X1).

Tabel 11. *Outer Model Variabel Perceived Ease of Use (X2)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
X2.1	0.822	0.000
X2.2	0.914	0.000
X2.3	0.920	0.000
X2.4	0.854	0.000
X2.5	0.875	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value<0.05 sehingga ketujuh indikator tersebut signifikan dalam mengukur variable *Perceived Ease of Use* (X2). Karena koefisien *outer loading* bertanda positif mengindikasikan semakin tinggi pengukuran indikator, maka hasil pengukuran variable *Perceived Ease of Use* (X2) akan semakin tinggi.

Berdasarkan nilai loading tertinggi, indikator ketiga yaitu (X2.3) ialah indikator yang paling dominan dalam pengukuran variable *Perceived Ease of Use* (X2). Artinya indikator (X2.3) ialah indikator yang paling berpengaruh dalam pengukuran variable *Perceived Ease of Use* (X2).

Tabel 12. *Outer Model Variabel Acceptance IT (Z)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
Z1.1	0.802	0.000
Z1.2	0.449	0.046
Z1.3	0.817	0.000
Z1.4	0.709	0.000
Z1.5	0.771	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 sehingga ketujuh indikator tersebut signifikan dalam mengukur variable *Acceptance IT (Z)*. Karena koefisien *outer loading* bertanda positif mengindikasikan semakin tinggi pengukuran indikator, maka hasil pengukuran variable *Acceptance IT (Z)* juga akan semakin tinggi.

Berdasarkan nilai loading tertinggi, indikator ketiga yaitu (Z1.3) ialah indikator yang paling dominan dalam pengukuran variable *Acceptance IT (Z)*. Artinya indikator (Z1.3) ialah indikator yang paling berpengaruh dalam pengukuran variable *Acceptance IT (Z)*.

Tabel 13. *Outer Model Variabel Competitive Advantage (Y)*

Indikator	Outer Loading	P-Value
Y.1	0.949	0.000
Y.2	0.875	0.000
Y.3	0.968	0.000
Y.4	0.782	0.000
Y.5	0.894	0.000

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat semua indikator mempunyai p-value < 0.05 sehingga ketujuh indikator tersebut signifikan dalam mengukur variable *Competitive Advantage (Y)*. Karena koefisien *outer loading* bertanda positif mengindikasikan semakin tinggi pengukuran indikator, maka hasil pengukuran variable *Competitive Advantage (Y)* juga akan semakin tinggi.

Berdasarkan nilai loading tertinggi, indikator ketiga yaitu (Y.3) ialah indikator yang

paling dominan dalam pengukuran variable *Competitive Advantage (Y)*. Artinya indikator (Y.3) ialah indikator yang paling berpengaruh dalam pengukuran variable *Competitive Advantage (Y)*.

Pengujian *Goodness of Fit Model Struktural (Inner Model)*

Pengujian *Goodness of Fit* model struktural pada *inner model* menggunakan nilai *predictive-relevance* (Q^2) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)(1 - R_3^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.410)(1 - 0.590)(1 - 0.486)$$

$$= 0.876$$

Hasil perhitungan menunjukkan nilai *predictive-relevance* sebesar 87.6%. Nilai *predictive relevance* sebesar 87.6% juga mengindikasikan bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model tersebut adalah sebesar 87.6% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data 87.6% dapat dijelaskan oleh model tersebut. Sedangkan sisanya 12.4% dijelaskan oleh variabel lain (yang belum terkandung dalam model) dan error. Artinya model yang diperoleh sudah cukup baik, karena lebih banyak informasi yang dapat menjelaskan dibandingkan yang belum dapat dijelaskan.

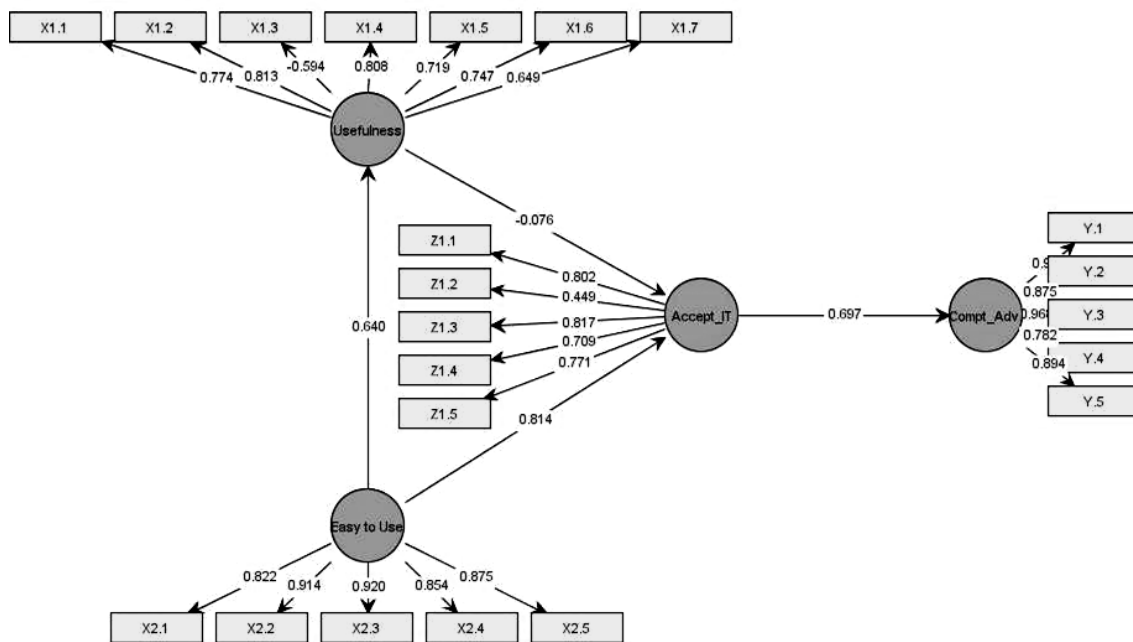
Model Struktural (Inner Model)

Pengujian *inner model (structural model)* pada intinya menguji hipotesis dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t (statistik-T) pada masing-masing jalur pengaruh secara parsial. Hasil analisis secara lengkap, terdapat dalam hasil analisis PLS, dapat dilihat pada Lampiran 4. Tabel 14 menyajikan hasil pengujian hipotesis:

Tabel 14 Hasil Pengujian HIpotesis dalam Inner Model

Hubungan Antar Variabel	Inner Weight	P-value	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i> (X2) -> <i>Perceived Usefulness</i> (X1)	0.640	0.000	Signifikan
<i>Perceived Usefulness</i> (X1) -> <i>Acceptance_IT</i> (Z)	-0.076	0.624	Non Signifikan
<i>Perceived Ease to Use</i> (X2) -> <i>Acceptance_IT</i> (Z)	0.814	0.000	Signifikan
<i>Acceptance_IT</i> (Z) -> <i>Competitive_Advantage.</i> (Y)	0.697	0.000	Signifikan

Pengujian hipotesis pada tabel di atas secara grafis dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan atas tabel dan gambar di atas, pengujian pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Perceived Usefulness* (X1) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.640 dengan p-value sebesar 0.000. Karena P-Value < 0.05 (0.000<0.05) mengindikasikan bahwa variable *Perceived Ease of Use* (X2) **berpengaruh signifikan** terhadap *Perceived Usefulness* (X1). Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X2), maka semakin tinggi pula nilai *Perceived Usefulness* (X1).

Pengujian pengaruh *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Acceptance IT* (Z) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar -0.076 dengan p-value sebesar 0.624. Karena P-Value > 0.05 (0.624>0.05) mengindikasikan bahwa variable

Perceived Usefulness (X1) **tidak berpengaruh signifikan** terhadap *Acceptance IT* (Z). Dengan kata lain berapapun nilai *Perceived Usefulness* (X1), maka tidak akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai *Acceptance IT* (Z).

Pengujian pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Acceptance IT* (Z) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.814 dengan p-value sebesar 0.000. Karena P-Value < 0.05 (0.000<0.05) mengindikasikan bahwa variable *Perceived Ease of Use* (X2) **berpengaruh signifikan** terhadap *Acceptance IT* (Z). Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X2), maka semakin tinggi pula nilai *Acceptance IT* (Z).

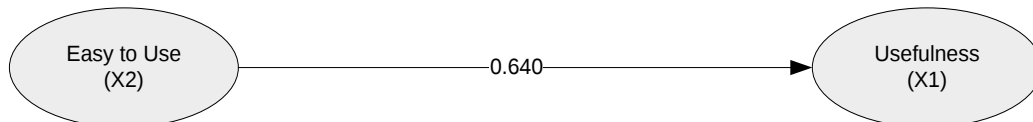
Pengujian pengaruh *Acceptance IT* (Z) terhadap *Competitive Advantage* (Y) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.697 dengan p-value sebesar 0.000. Karena $P\text{-Value} < 0.05$ ($0.000 < 0.05$) mengindikasikan bahwa variable *Acceptance IT* (Z) **berpengaruh signifikan**

terhadap *Competitive Advantage* (Y). Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Acceptance IT* (Z), maka semakin tinggi pula nilai *Competitive Advantage* (Y).

PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis Pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Usefulness* (X1)

Secara grafis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* disajikan sebagai berikut:

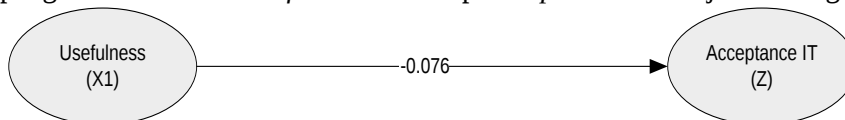


Berdasarkan grafik di atas, pengujian pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Perceived Usefulness* (X1) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.640 dengan p-value sebesar 0.000. Karena $P\text{-Value} < 0.05$ ($0.000 < 0.05$) mengindikasikan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan

antara variable *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Perceived Usefulness* (X1) dapat **diterima**. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X2), maka semakin tinggi pula nilai *Perceived Usefulness* (X1).

Pengujian Hipotesis Pengaruh *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Acceptance IT* (Z)

Secara grafis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Acceptance IT* disajikan sebagai berikut :

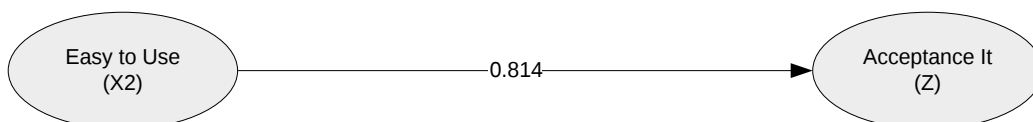


Berdasarkan grafik di atas, pengujian pengaruh *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Acceptance IT* (Z) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar -0.076 dengan p-value sebesar 0.624. Karena $P\text{-Value} > 0.05$ ($0.624 > 0.05$) mengindikasikan bahwa hipotesis yang

menyatakan variable *Perceived Usefulness* (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Acceptance IT* (Z) **ditolak**. Dengan kata lain berapapun nilai *Usefulness* (X1), maka tidak akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai *Acceptance IT* (Z).

Pengujian Hipotesis Pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Acceptance IT* (Z)

Secara grafis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Acceptance IT* disajikan sebagai berikut:



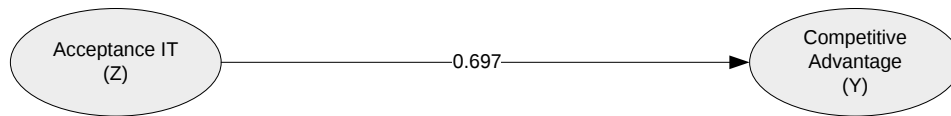
Berdasarkan grafik di atas, pengujian pengaruh *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Acceptance IT* (Z) diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.814 dengan p-value sebesar 0.000. Karena $P\text{-Value} < 0.05$ ($0.000 < 0.05$) mengindikasikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable *Perceived Ease of Use* (X2) terhadap *Acceptance*

IT (Z) **diterima**. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Perceived Ease of Use* (X2), maka semakin tinggi pula nilai *Acceptance IT* (Z).

berkaitan dengan teori dst...)

Pengujian Hipotesis Pengaruh *Acceptance IT (Z)* terhadap *Competitive Advantage (Y)*

Secara grafis pengaruh *Acceptance IT* terhadap *Competitive Advantage* disajikan sebagai berikut :



Berdasarkan grafik di atas, pengujian pengaruh *Acceptance IT (Z)* terhadap *Competitive Advantage (Y)* diperoleh koefisien *inner weight* sebesar 0.697 dengan p-value sebesar 0.000. Karena $P\text{-Value} < 0.05$ ($0.000 < 0.05$) mengindikasikan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara variable *Acceptance IT (Z)* terhadap *Competitive Advantage (Y)* **diterima**. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Acceptance IT (Z)*, maka semakin tinggi pula nilai *Competitive Advantage (Y)*. XXX (silahkan ditambahkan sendiri B

Acceptance IT (Z), maka semakin tinggi pula nilai *Competitive Advantage (Y)*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams Denis, Nelson Ryan, Todd Peter,(1992). "Perceived Usefulness, Ease of use and Usage of Information Technology : A Replication ". *Management Information System Quarterly*, Ghazali vol. 21 (3).
- Chin W Wynne, Todd Peter. (1991). "One The Use Usefulness, ease of use of structural equation Modelling in MIS Research : A note of Caution". *Management Information System Quarterly*, 21 (3).
- Cusshing E Barry. (1993). *Accounting Information System and Organization*, edisi tiga, terjemahan Ruchyat Kosasih, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Davis F.D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology". *Management Information SyPLS Quarterly*, 21(3).
- De Lone. (1981). "Small size and Characteristic Computer Use " *Management Information System Quarterly*, 5, 65-67.
- Igbaria M. (1994) "An Examination of the factors contributing to Micro Computer technology acceptance". *Journal of Information system*, Elsevier Science, USA.
- Jantan, T. Ramayah, Chin Weng Wah. (2001). "Personal Computer Acceptance by Small and Medium sized Companies Evidences from Malaysia". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No 1 vol 3, Program Magister Manajemen Universitas Syiah Kuala (UNSYIAH), Banda Aceh.
- Kuncoro, Mudrajad, 2003, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- McLeod R. JR. (1997) *Management Information System :A Study of Computer Based Information System*, Macmelan publishing company, sixth edition.
- Nasution, Fahmi Natigor., 2004, *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect)*, USU digital library.
1. Variable *Perceived Usefulness (X1)* **tidak berpengaruh signifikan** terhadap *Acceptance IT (Z)*. Dengan kata lain berapapun nilai *Usefulness (X1)*, maka tidak akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai *Acceptance IT (Z)*.
 2. Variable *Perceived Ease of Use (X2)* **berpengaruh signifikan** terhadap *Acceptance IT (Z)*. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Ease of Use (X2)*, maka semakin tinggi pula nilai *Acceptance IT (Z)*.
 3. Variable *Perceived Ease of Use (X2)* **berpengaruh signifikan** terhadap *Perceived Usefulness (X1)*. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *Perceived Ease to Use (X2)*, maka semakin tinggi nilai *Perceived Usefulness (X1)*.
 4. Variable *Acceptance IT (Z)* **berpengaruh signifikan** terhadap *Competitive Advantage (Y)*. Dengan koefisien *inner weight* bertanda positif mengindikasikan hubungan yang positif. Dengan kata lain semakin tinggi nilai