

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teknologi Informasi

Teknologi Informasi dapat dikatakan sebagai sarana dan prasarana berupa *useware*, *software*, dan *hardware*. Sarana dan prasarana tersebut memfasilitasi sistem untuk melakukan pengorganisasian, pengiriman, pengolahan, penafsiran, penyimpanan, dan perolehan data maupun informasi. (Bambang Warsita, 2008) dalam penelitian (Ekaputri, H. E., Nurfadilah, F. A., Rafsanjani, F., dan Santy, R. D., 2021).

Dapat di definisikan Teknologi Informasi ialah teknologi yang difungsikan untuk memproses, merancang, menyimpan, memanipulasi, pengedit, serta mengelola data menggunakan berbagai cara untuk memproduksi informasi yang akurat, relevan, dan terbaru. (Indriantoro, 2000) dalam penelitian (Rusli dan Zawawi, 2023).

(Williams dan Sawyer, 2003) dalam penelitian (Mulyadi, H., dan S Soegoto, H., 2017) menyatakan teknologi informasi merupakan teknologi yang menyatukan antara komunikasi dan komputasi dengan berkecepatan tinggi dengan file berupa video, data, maupun suara. meminimalisasi selang waktu berhenti (*downtime*) yang diakibatkan oleh adanya kerusakan atau kegagalan.

Berdasarkan definisi Teknologi Informasi yang telah disebutkan, bisa disimpulkan bahwa teknologi informasi merupakan suatu gabungan dari teknologi

komputerisasi dan komunikasi yang berbentuk sistem dari perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah, memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas agar dapat menghasilkan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

2.1.1.1 Indikator Teknologi Informasi

Menurut (Suyanto, 2005:11) dalam penelitian (Agustian dan Syafari, 2014) menjelaskan bahwa indikator dari teknologi informasi ialah:

1. Hardware (perangkat keras)

Merupakan perangkat fisik yang membangun sebuah teknologi informasi. Contohnya: monitor, keyboard, mouse, printer, harddisk, memori, CD ROM, kabel jaringan, CPU dan lainnya.

2. Software (perangkat lunak)

Merupakan program yang dibuat untuk keperluan khusus yang tersusun atas program yang menentukan apa yang harus dilakukan oleh computer. Perangkat lunak dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

- a) Perangkat lunak sistem, merupakan perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dapat mengontrol semua perangkat keras, sehingga semua perangkat keras teknologi informasi dapat bekerja dengan kompak sebagai sebuah sistem yang utuh. Misalnya: Sistem Operasi Windows, Linux, Unix, OS/2, dan FreeBSD.
- b) Perangkat lunak bahasa pemrograman, merupakan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membuat program aplikasi maupun perangkat lunak sistem.

Misalnya: Visual Basic, Delphi, Turbo C, Fortran, Cobol, Turbo Assembler dan Java.

- c) Perangkat lunak aplikasi, merupakan program jadi siap pakai yang ada perangkat lunak Jet Audio, Windows Media Player, Winamp, Real Player. Untuk keperluan aplikasi perkantoran: ada Microsoft Office dan Open Office yang terdiri atas beberapa program untuk berbagai keperluan seperti pengolahan kata, angka, data dan presentasi.

3. Fasilitas Jaringan Komunikasi

Sebuah sistem yang terhubung yang menunjang adanya pemakaian bersama sumber diantara komputer komputer yang berbeda.

Berdasarkan uraian yang ada diatas, dapat dinyatakan bahwa komponen teknologi informasi terdiri dari satu kesatuan yang saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Sedangkan indikator dari Teknologi Informasi menurut (Muslihudin dan Oktavianto, 2016:41). Indikator-indikator tersebut antara lain:

1. *Hardware* (Perangkat Keras) merupakan perangkat fisik yang membangun sebuah teknologi informasi contohnya: *CPU, keyboard, mouse, harddisk, monitor, memori, kabel jaringan* dan peralatan I/O
2. *Software* (Perangkat Lunak) Merupakan program yang dibuat untuk keperluan khusus yang tersusun atas program yang menentukan apa yang harus dilakukan oleh *computer*. Perangkat lunak dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

- a) Perangkat lunak sistem, merupakan perangkat lunak yang dibuat khusus untuk dapat mengontrol semua perangkat keras, sehingga semua perangkat keras teknologi informasi dapat bekerja dengan kompak sebagai sebuah sistem yang utuh. Misalnya: Sistem Operasi Windows, Linux, Unix, OS/2, dan FreeBSD.
 - b) Perangkat lunak bahasa pemrograman, merupakan perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membuat program aplikasi maupun perangkat lunak sistem. Misalnya: Visual Basic, Delphi, Turbo C, Fortran, Cobol, Turbo Assembler dan Java.
 - c) Perangkat lunak aplikasi, merupakan program jadi siap pakai yang ada perangkat lunak Jet Audio, Windows Media Player, Winamp, Real Player. Untuk keperluan aplikasi perkantoran: ada Microsoft Office dan Open Office yang terdiri atas beberapa program untuk berbagai keperluan seperti pengolahan kata, angka, data dan presentasi.
3. Fasilitas Jaringan Komunikasi ialah sebuah sistem yang terhubung yang menunjang adanya pemakaian bersama sumber diantara komputer komputer yang berbeda.
 4. Basis Data (*Database*) Sekumpulan file yang saling berhubungan dan terorganisasi atau kumpulan record-record yang menyimpan data dan hubungan diantaranya.
 5. Manusia (*People*) Elemen yang paling penting dalam teknologi informasi, termasuk orang-orang yang bekerja menggunakan output-nya. Jika tidak ada yang menggerakkannya itu semua percuma.

Dari penjelasan indikator teknologi informasi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator teknologi informasi terdiri atas hardware, software, basis data, prosedur, network, dan manusia sebagai komponen pembentuk teknologi informasi yang canggih.

Jadi indikator yang dipilih ialah indikator menurut (Muslihudin dan Oktavianto, 2016:41), selain tahunnya masih muda secara penjelasan dan keselarasan lebih mendukung pada pendapat Muslihudin dan Oktavianto.

2.1.1.2 Peranan Teknologi Informasi

Teknologi Informasi menjadi suatu hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi tersebut. Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan teknologi informasi pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Adapun peran dari teknologi informasi yang dikemukakan oleh (Abdul Kadir, 2014:15) yaitu sebagai berikut:

1. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi terhadap suatu tugas atau proses.
2. Teknologi informasi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.
3. Teknologi informasi berperan dalam restrukturisasi terhadap peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berperan dalam melakukan perubahan-perubahan terhadap sekumpulan tugas atau proses.

Banyak organisasi atau perusahaan yang berani melakukan investasi di bidang teknologi informasi. Alasan yang paling umum adalah adanya kebutuhan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitif, mengurangi biaya, dan meningkatkan fleksibilitas. Terdapat banyak organisasi atau perusahaan yang telah menerapkan teknologi informasi untuk mendukung berbagai aktivitas atau kegiatan operasional perusahaan.

Dari uraian diatas tidak bisa dipungkiri lagi, kehadiran teknologi informasi sudah membawa pengaruh yang sangat besar sekali dalam kehidupan manusia sebagai sumber yang dapat di percaya untuk memenuhi sebagian besar keperluan manusia.

2.1.2 Orientasi Pelanggan

Orientasi pelanggan ditempatkan sebagai prioritas tertinggi dalam hal memberikan nilai-nilai pelayanan pada pelanggan. (Farley dan Webster, 2003) dalam penelitian (Setiyati dan Taneo, 2019) menganggap orientasi pelanggan merupakan hal yang paling fundamental dari budaya perusahaan. Dikarenakan orientasi pelanggan menjadi perhatian utama untuk kemajuan sebuah perusahaan, dalam setiap perusahaan pasti memiliki orientasi pelanggan yang berbeda tergantung konteks usaha yang di jalani.

Orientasi pelanggan diartikan sebagai pemahaman yang memadai terhadap pembeli sasaran, sehingga superior value dapat diberikan secara terus menerus, pemahaman disini mencakup pemahaman terhadap seluruh rantai nilai pembeli, baik pada saat terkini maupun pada perkembangannya di masa yang akan datang. Apa yang diinginkan mereka pada saat ini dan pada saat mendatang, serta apa yang dirasakan mereka pada saat ini maupun apa yang mungkin mereka rasakan di saat yang akan datang (Dicky Imam Prasetya, 2002) dalam penelitian (Sarjita, 2017)

(Slater Narver, 1998) dalam penelitian (Putri, R. A. F., dan Iffan, M., 2024). mengemukakan bahwa kesulitan yang akan dihadapi oleh perusahaan yang hanya memusatkan perhatiannya pada pelanggan yang ada existing customers, selain kecenderungan bersikap reaktif dan hanya mempunyai fokus jangka pendek, namun juga apa yang disebut sebagai “*tyranny of the served market*” yang mencerminkan kecenderungan para manajer untuk memandang dunia menurut kacamata pelanggan semata.

2.1.2.1 Indikator Orientasi Pelanggan

Menurut (Adu dan Singh, 1998) dalam penelitian (Tengku Ahmad Helmi, 2014) menjelaskan bahwa indikator dari orientasi teknologi ialah:

1. Pengembangan selanjutnya merupakan sebuah upaya mengembangkan ditahap selanjutnya setelah melakukan pengembangan sebelumnya.
2. Kepuasan pelanggan hal dalam hal ini membuat pelanggan puas adalah sebuah cara pendukung paling efektif untuk memajukan sebuah usaha yang baru mulai.

Sedangkan berdasarkan pendapat (Zeithaml et al., 1996) dalam penelitian (Chaniago, 2017) variable orientasi pelanggan adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku dalam mewujudkan tujuan yaitu melalui indikator:

1. Komitmen penyediaan layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan komitmennya dalam pelayanan untuk perkembangan serta kemajuan perusahaan. Komitmen yang pertahankan ialah permintaan pelanggan yang selalu dilayani dengan baik setiap harinya.
2. Kemudahan pengembalian dalam hal ini banyak hal yang terjadi pada sebuah usaha yaitu pengembalian barang atau retur. Memberikan kemudahan pengembalian akan membuat pelanggan merasa percaya bahwa jika terjadi kesalahan maka bisa di ajukan pengembalian.
3. Fleksibilitas pengiriman & pembayaran merupakan bagaimana perusahaan memberikan kemudahan layanan pada pelanggan dalam hal pengiriman dan pembayaran, hal tersebut sangat berpengaruh pada kepercayaan pelanggan, dikarenakan mayoritas pelanggan ingin mendapatkan hal yang simple atau mudah diakses oleh semua kalangan. Fleksibilitas pengiriman & pembayaran ini lah yang mampu membuat perusahaan maju dan mampu bertahan dalam persaingan.

Jadi indikator yang dipilih ialah indikator menurut (Zeithaml et al., 1996) dalam penelitian (Chaniago, 2017) dikarenakan penjelasan dan keselarasan lebih mendukung pada pendapat Zeithaml.

2.1.2.2 Fungsi dan Manfaat Orientasi Pelanggan

Menurut (Hasan, 2008) dalam penelitian Hendrawan et al., 2020) menyatakan orientasi pelanggan memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Mengarahkan perusahaan pada diferensiasi dan efisiensi produk berdasarkan orientasi pelanggan.
2. Mengarahkan para manajer untuk mengurangi penekanan orientasi produk untuk merespon keinginan pelanggan.
3. Mengarahkan sistem organisatorial, seperti formalisasi dan sentralisasi, akan ditentukan secara berurutan dan tidak akan berdiri sendiri.

Adapun manfaat dari orientasi pelanggan meliputi:

1. Membantu perusahaan dalam memproduksi produk atau jasa yang sesuai dengan yang dipersepsikan pelanggan
2. Membantu memproduksi secara lebih efisien dibandingkan para pesaing
3. Menjelaskan perbedaan-perbedaan kinerja yang dicapai perusahaan

2.1.3 Kinerja E-Bisnis

Kinerja e-bisnis ialah optimalisasi berkelanjutan dari aktivitas bisnis perusahaan melalui teknologi digital. e-bisnis adalah penggunaan teknologi internet untuk mengubah dan meningkatkan proses bisnis (Herman dan Yakub, 2010) dalam buku yang di tulis oleh (Eviatiwi et al., 2022) yang berjudul Buku Ajar E-Bisnis.

Christoper Stoole dalam bukunya yang berjudul “*E-bisnis – Just What is It?*” mendefinisikan bahwa kinerja e-bisnis adalah sebuah pendekatan yang aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan

mengkombinasikan sistem dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan pemanfaatan teknologi internet.

Definisi kinerja e-bisnis secara sederhana ialah penggunaan internet untuk berhubungan dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier. Penggunaan internet menyebabkan proses bisnis menjadi lebih efisien. Dalam penggunaan e-bisnis, e-bisnis dapat menghubungkan sistem teknologi informasi tradisional dengan internet akan menjadi sebuah e-bisnis (Daniel Amor, 2000) dalam penelitian (Dedi Farizal, 2016). Perusahaan perlu untuk membuka data pada sistem informasi mereka agar perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumen, rekan bisnis, dan supplier dan dapat bertransaksi secara elektronik dengan mereka memanfaatkan internet.

2.1.3.1 Indikator Kinerja E-Bisnis

Menurut (Zeithaml et al., 2009) dalam penelitian (Andi Sigit Kurniawan et al., 2022) ada 3 indikator Kinerja E-Bisnis diantaranya ialah:

- a. Efisiensi Kemampuan pelanggan mencari informasi yang berkaitan dengan produk serta kemudahan dalam mengakses dan meninggalkan website dengan upaya minimal.
- b. Reliabilitas Berkenaan dengan fungsionalis teknis situs bersangkutan khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya
- c. Fulfillment Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Sedangkan berdasarkan pendapat (Paul Tallon dan Kenneth Kraemer, 2003) dalam penelitian (Kus Krisnawan, 2014) ada dua indikator dari kinerja e-bisnis:

1. Efektivitas strategi merujuk pada seberapa baik sebuah perusahaan mampu mencapai tujuan dan sasaran bisnisnya melalui penggunaan strategi yang terkait dengan teknologi dan internet. Secara khusus, efektivitas strategi e-bisnis mencerminkan sejauh mana sebuah perusahaan mampu menghasilkan hasil yang diinginkan dalam hal peningkatan penjualan, keuntungan, pangsa pasar, penghematan biaya, atau pencapaian tujuan bisnis lainnya melalui implementasi strategi e-bisnis yang tepat.
2. Efisiensi operasional mengarah pada kemampuan sebuah organisasi atau perusahaan untuk menggunakan sumber daya secara optimal dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Ini mencakup upaya untuk mengurangi pemborosan, meningkatkan produktivitas, dan memaksimalkan output atau hasil dengan menggunakan jumlah sumber daya yang tersedia.

Jadi indikator yang dipilih penulis ialah indikator menurut (Zeithaml et al., 2009) dalam penelitian penelitian (Andi Sigit Kurniawan et al., 2022) penjelasan dan keselarasan lebih mendukung pada pendapat yang dikemukakan Zeithaml.

2.1.3.2 Manfaat Kinerja E-Bisnis

Dalam penelitian (Irham Fahmi et al., 2019) menjelaskan manfaat dari kinerja e-bisnis diantaranya:

1. Memperluas pasar, dengan menggunakan e-bisnis perusahaan atau juga pembisnis akan dapat memperluas pasarnya sehingga bisa memasuki pasar

nasional atau bahkan internasional, sehingga pembisnis itu dapat menjangkau banyak pelanggan itu dimanapun mereka berada.

2. Menekan biaya telekomunikasi serta juga waktu transaksi dan juga penerimaan produk.
3. Konsumen ini dapat melihat barang, spesifikasi serta informasi lainnya dengan melalui internet sehingga tidak perlu repot-repot untuk harus mendatangi penjual.
4. Meningkatkan citra yang baik di mata para konsumen, tentunya hal tersebut apabila dengan pelayanan yang baik juga, sebab dengan media internet informasi itu biasa dapat dengan cepat tersebar. Dan masih banyak lagi keuntungan yang lainnya.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh para peneliti-peneliti terdahulu ialah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian – Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zhu (2014)	Information Technology Payoff in E-Bisnis Environments: An International Perspective on Value Creation of E-Bisnis in the Financial Services Industry	Penerapan teknologi informasi dalam e-bisnis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, khususnya dalam industri jasa keuangan	Meneliti pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap kinerja e-bisnis	Penelitian ini berfokus pada industri jasa keuangan, sedangkan penelitian penulis lebih umum.

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	Trainor (2015)	Integrating Information Technology and Marketing: An Examination of the Drivers and Outcomes of e-Marketing Capability	Integrasi teknologi informasi dan orientasi pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pemasaran dan kinerja perusahaan secara keseluruhan	Meneliti pengaruh penerapan teknologi informasi dan orientasi pelanggan terhadap kinerja perusahaan	Penelitian ini berfokus pada kinerja perusahaan, sedangkan penelitian penulis lebih spesifik pada kinerja e-bisnis.
3	Sidiq A., & Astutik E., (2017)	Analisis Kapabilitas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Ukm Dengan Orientasi Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UKM Sektor Manufaktur di Wilayah Solo Raya)	Kapabilitas Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis melalui orientasi pelanggan Studi pada UKM Sektor Manufaktur di Wilayah Solo Raya	Meneliti analisis Kapabilitas Teknologi Informasi yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis	Penelitian ini berfokus menjadikan orientasi pelanggan sebagai variabel intervening
4	Pradana & Haryanto (2019)	Analisis Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Orientasi Pelanggan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Penjualan Melalui Keunggulan Bersaing	Kemampuan teknologi informasi, orientasi pelanggan, dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening	Meneliti pengaruh teknologi informasi dan orientasi pelanggan terhadap kinerja perusahaan	Berfokus pada kinerja bisnis, bukan kinerja e-bisnis secara khusus.
5	Lestarisanti (2014)	Pengaruh Sumber Daya Teknologi Informasi, Kemampuan Teknologi Informasi dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Bandung	Sumber daya teknologi informasi, kemampuan teknologi informasi, dan orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Bandung	Meneliti pengaruh teknologi informasi dan orientasi pelanggan terhadap kinerja perusahaan	Tidak secara spesifik meneliti kinerja e-bisnis, melainkan kinerja perusahaan secara umum.
6	Fatonah S., Haryono T.,	Peran Orientasi Pelanggan dalam	Peran Orientasi pelanggan	Sama-sama meneliti	Tidak spesifik meneliti kinerja

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	& Sari N, (2021)	Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen	memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Rumah Makan di Kabupaten Sragen	orientasi pelanggan dan peranannya	e-bisnis melainka kinerja pemasaran UMKM
7	Sanja P., & Sylvie R., (2016)	Customer orientation and firm's bisnis performance A moderated mediation model of environmental customer innovation and contextual factors	Orientasi pelanggan dan kinerja bisnis perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi pelanggan lingkungan dan faktor kontekstual	Sama-sama meneliti pengaruh Orientasi pelanggan dan kinerja bisnis perusahaan	Tidak spesifik meneliti kinerja e-bisnis melainkan kinerja bisnis perusahaan
8	Anggraeni R., & Maulani I., (2023)	Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern	Teknologi informasi memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan bisnis modern	Sama-sama meneliti pengaruh teknologi informasi terhadap bisnis modern	Tidak spesifik meneliti kinerja e-bisnis dan berbeda studi kasus
9	Munawaroh U (2019)	Analisis Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, dan Lingkungan Bisnis Internal Terhadap Kinerja Bisnis Jenitri (Studi Pada Pelaku Bisnis Jenitri di Kabupaten Kebumen)	Orientasi Pelanggan, berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis Jenitri (Studi Pada Pelaku Bisnis Jenitri di Kabupaten Kebumen)	Sama-sama meneliti orientasi pelanggan terhadap kinerja bisnis	Berbeda dari pembahasan yang di pengaruhinya bukan kinerja e-bisnis melainkan kinerja bisnis
10	Siregar L., & Nasution M., (2020)	Perkembangan teknologi informasi terhadap peningkatan bisnis online	Teknologi informasi, berpengaruh positif terhadap bisnis online	Meneliti pengaruh teknologi informasi terhadap bisnis online	Tidak spesifik meneliti kinerja e-bisnis, melainkan bisnis online

2.2 Kerangka Pemikiran

Teknologi Informasi Teknologi diharapkan dapat menjadi fasilitator dan interpreter. Semulanya teknologi informasi digunakan hanya sebatas pada pemrosesan data. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi yang digunakan hanya terbatas pada pemrosesan data. Dengan demikian, semakin berkembangnya teknologi informasi hampir semua aktivitas organisasi pada saat ini telah dimasuki oleh aplikasi dan otomatisasi teknologi informasi. Pengertian tentang teknologi informasi dapat beraneka ragam, walaupun dari masing-masing definisi tersebut memiliki inti yang sama.

Untuk dapat mengimplementasikan usaha yang baik oleh para pelaku usaha di Alfamart Bandung, para pengusaha harus memperhatikan penerapan teknologi informasi. Tanpa adanya teknologi informasi maka akan sulit bagi para pelaku usaha untuk tetap mempertahankan usahanya ditengah gempuran persaingan yang ada. Selain itu juga pengalaman baik positif dan negatif juga bisa dijadikan sebagai landasan dalam melakukan usaha di hari ini dan masa depan pelaku wirausaha di Alfamart Bandung. Yang pada akhirnya penerapan teknologi informasi yang dilakukan oleh Alfamart Bandung akan berbanding lurus dengan kinerja e-bisnis yang sedang dilakukan.

Orientasi Pelanggan merupakan salah satu dari berbagai indikator dalam tercapainya sebuah kinerja e-bisnis. Dikarenakan dari setiap indikator memiliki dimensi tersendiri yang berperan dalam menjalankan sebuah kewirausahaan. Salah satunya ialah customer orientation atau orientasi pelanggan yang berhubungan dengan pengetahuan tentang pelanggan, mencari bagaimana tipe-tipe pelanggan

dan melakukan riset terhadap setiap permintaan pelanggan yang sedang terjadi. Indikator tersebut yang akan membantu usaha untuk tetap bertahan dan memunculkan ide baru untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, jika mengetahui dan memahami orientasi pelanggan dengan baik, maka kinerja usaha sebuah perusahaan ritel akan berjalan dengan baik dan dapat terus bertahan dari pesaing yang lain.

Kinerja E-Bisnis merupakan sebuah tindakan pendekatan yang bis akita katakana aman, fleksibel, dan terintegrasi untuk memberikan nilai bisnis yang berbeda dengan mengkolaborasikan sistem dan proses yang menjalankan operasi bisnis utama dengan memanfaatkan teknologi internet yang ada. Untuk dapat merealisasikan usaha yang baik oleh para pelaku usaha di Alfamart Bandung, para pengusaha harus memperhatikan kinerja e-bisnis pada usahanya. Tanpa adanya perhatian atau pembaharuan terhadap kinerja e-bisnis maka akan sulit bagi para pelaku usaha untuk tetap mempertahankan usahanya ditengah gempuran persaingan yang ada. Selain itu juga pengalaman baik positif dan negatif dari pelanggan juga bisa dijadikan sebagai landasan untuk memperbarui kinerja e-bisnis dalam memajukan usaha di hari ini dan masa depan di Alfamart Bandung.

2.2.1 Pengaruh Variabel Teknologi Informasi terhadap Kinerja E-Bisnis

Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja E-Bisnis haruslah integrasi, fleksibilitas, aksesibilitas, formalisasi dan kekayaan media. Hal ini sesuai dengan pengukuran kualitas sistem informasi, untuk memenuhi pengukuran tersebut dibutuhkan sumber daya yang memadai, salah satunya adalah teknologi informasi.

Menurut (Zhu dan Kraemer, 2005) dalam penelitian (AR Thaha, S Kuncoro, 2022) keterkaitan antara teknologi informasi dengan kinerja e-bisnis ialah penggunaan teknologi informasi yang lebih luas dan terintegrasi dengan proses bisnis dapat meningkatkan kinerja e-bisnis perusahaan, terutama dalam industri ritel. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi secara luas dan mendalam dalam operasi e-bisnis mereka dapat memperoleh manfaat lebih besar dibandingkan perusahaan yang hanya mengadopsi secara terbatas.

Sedangkan menurut (Zhu, 2014) menyatakan bahwa infrastruktur teknologi informasi dan kemampuan e-bisnis yang saling melengkapi dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang memiliki infrastruktur teknologi informasi yang kuat dan kemampuan e-bisnis yang baik akan dapat mencapai kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang hanya memiliki salah satu dari dua faktor tersebut.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi informasi yang baik dan terintegrasi dengan proses bisnis dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja e-bisnis perusahaan. Investasi dalam teknologi informasi untuk mendukung aktivitas e-bisnis dapat meningkatkan produktivitas, profitabilitas, dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

2.2.2 Pengaruh Variable Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja E-Bisnis

Orientasi pelanggan merupakan salah satu faktor pendukung yang dapat untuk meningkatkan kinerja e-bisnis. Dalam rangka meningkatkan kinerja e-bisnis

dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, orientasi pada pelanggan menjadi salah satu solusi.

Menurut (Merono C., & Soto A., 2007) di dalam penelitian Mudofir M., Susilo P., & Diharto A., 2018) menyatakan bahwa konten web eksternal (e-bisnis) yang berkualitas dan berorientasi pada pelanggan dapat meningkatkan kinerja e-bisnis. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang memiliki konten web yang berfokus pada pelanggan, seperti informasi produk yang lengkap dan layanan pelanggan online, cenderung memiliki kinerja yang lebih baik.

Sedangkan menurut (Sanja P., & Sylvie R., 2016) menerangkan bahwa kualitas hubungan dengan pelanggan (orientasi pelanggan) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja e-bisnis, khususnya pada industri agen perjalanan. Mereka menemukan bahwa orientasi pelanggan yang baik dalam layanan e-bisnis dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja e-bisnis perusahaan.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa orientasi pelanggan yang kuat memiliki pengaruh positif terhadap kinerja e-bisnis perusahaan. Perusahaan yang berfokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan, serta menyediakan layanan e-bisnis yang berorientasi pelanggan, cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dalam konteks e-bisnis. Orientasi pelanggan yang kuat juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja e-bisnis secara keseluruhan.

2.2.3 Pengaruh Variable Teknologi Informasi dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja E-Bisnis

Teknologi Informasi dan Orientasi Pelanggan merupakan hal pendukung dalam tercapainya sebuah kinerja e-bisnis. Karena dari setiap hal pendukung memiliki peran tersendiri yang berperan dalam menjalankan sebuah usaha. Kedua hal ini memiliki pengaruh yang signifikan untuk tercapainya kinerja e-bisnis yang optimal.

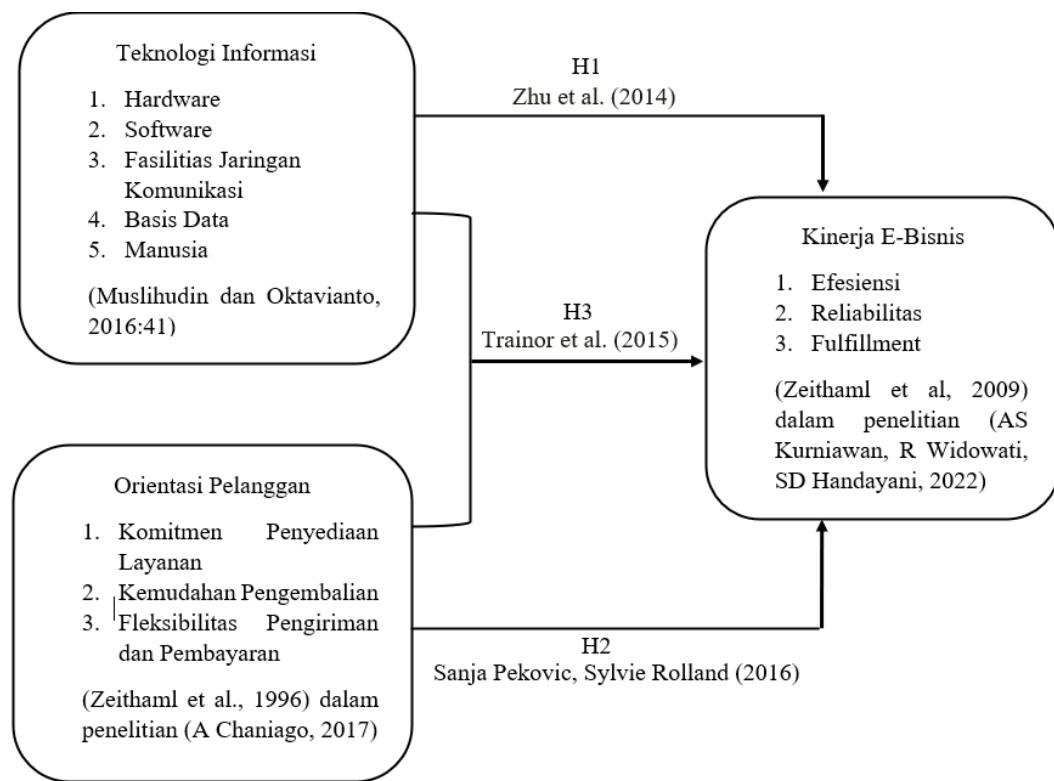
Menurut (Trainor, 2015) menyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dan orientasi pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja e-bisnis, yang pada akhirnya memiliki dampak pada kinerja bisnis secara keseluruhan, termasuk e-bisnis itu sendiri. Mereka menemukan bahwa kombinasi antara teknologi informasi dan orientasi pelanggan dapat meningkatkan kualitas kinerja e-bisnis.

Sedangkan menurut (Loukis, 2009) dalam penelitian (Delina R., Tkáč M., 2015) menyatakan bahwa orientasi pelanggan dan penerapan teknologi informasi merupakan faktor penting dalam pengembangan dan evaluasi layanan e-bisnis yang sukses. Mereka menemukan bahwa perusahaan yang mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dan memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dalam menyediakan layanan e-bisnis cenderung memiliki kinerja e-bisnis yang lebih baik.

Dari beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh simultan dari variabel teknologi informasi dan orientasi pelanggan dapat meningkatkan kinerja e-bisnis perusahaan. Perusahaan yang mampu menerapkan

teknologi informasi secara efektif dan selaras dengan orientasi pelanggan yang kuat cenderung memiliki kinerja e-bisnis yang lebih baik. Kombinasi kedua variabel ini dapat menciptakan layanan e-bisnis yang berkualitas, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja e-bisnis secara keseluruhan.

Paradigma Penelitian



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian Teknologi Informasi dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja E-Bisnis

2.3 Hipotesis

Dari pemaparan yang sudah dijelaskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu ditemukan hipotesa sebagai berikut ini:

H1: Dalam penelitian ini penulis menduga bahwa penerapan Teknologi Informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja E-Bisnis.

H2: Dalam penelitian ini penulis menduga bahwa Orientasi Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja E-Bisnis.

H3: Diduga terdapat pengaruh penerapan Teknologi Informasi dan Orientasi Pelanggan secara bersama-sama (simultan) terhadap Kinerja E-Bisnis di Alfamart Bandung.