

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Electronic Commerce (*E-commerce*)

2.1.1.1 Pengertian Electronic Commerce (*E-commerce*)

Menurut Fahmi (2016) *E-commerce* diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh pelaku bisnis, individu, atau pihak-pihak terkait untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis utama sehingga dapat memberikan keuntungan dapat berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimasi, efisiensi, peningkatan produktivitas dan profit.

Pendapat yang berbeda disampaikan oleh Triandini & Atmojo (2014) *E-commerce* merupakan suatu proses transaksi barang ataupun jasa melalui system informasi yang memafaatkan teknologi informasi. Munculnya jual beli *online* menyebabkan berbagai produk bisa dilihat serta diketahui harga bahkan menegosiasikan harga tanpa harus datang langsung ketempat barang tersebut dijual. *E-commerce* memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis dalam meningkatkan efisiensi, pengurangan biaya investory, peningkatan penjualan, peningkatan relasi dengan konsumen, penetrasi pasar baru, dan pada akhirnya *financial returns*.

Menurut Ibnu Dwi Lemono (2015) dalam Nandang Rohendi (2019:3) *E-commerce* atau yang disebut *internet commerce* pada dasarnya mempunyai makna yang sama, yang berarti suatu cara seorang konsumen membeli barang yang di inginkan secara online melalui jaringan internet. *E-commerce* juga dapat di artikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang

menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, service, dan informasi secara *electronic*.

Menurut Rahmawati seperti dikutip oleh Irmawati (2011: 97) *E-commerce* merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* yang artinya system pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing, dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sebuah proses jual beli, pemasaran dan pelayanan yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronik seperti jaringan internet dan komputer.

2.1.2.2 Penggolongan *E-commerce*

Penggolongan *E-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sidat transaksinya, Menurut Nanekaram (2013: 192) penggolongan dalam *e-commerce*. Tipe-tipe nya dapat dibedakan sebagai berikut

1. **Business to business (B2B)**, adalah model *e-commerce* dimana transaksi bisnis terjadi antar perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Model *e-commerce* ini adalah dimana perusahaan menjual bahan mentah, produk dan jasa kepada perusahaan lain melalui *website*. Contoh perusahaan yang menggunakan model B2B ini adalah Cisco, yang juga menerapkan metode *just in time manufacturing*.

2. **Business to consumer (B2C)**, adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnis yang terlibat secara langsung adalah antara penjual (penyedia jasa *e-commerce*) dengan pembeli individu. Contoh model *e-commerce* ini adalah Amazon.
3. **Consumer to Consumer (C2C)**, adalah model *e-commerce* dimana transaksi dan interaksi bisnis terjadi antara perorangan atau individu yang bertindak sebagai penjual dan pembeli secara langsung. Contoh situs yang menggunakan metode ini adalah situs jual beli online seperti olx.co.id atau berniaga.com
4. **Consumer to Business (C2B)**, adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perorangan atau individu yang melakukan transaksi atau interaksi bisnis dengan suatu atau beberapa perusahaan
5. **M-Commerce**, adalah model *e-commerce* dimana transaksi dan interaksi bisnis terjadi melalui media tanpa kabel, seperti telepon seluler.

2.1.1.3 Manfaat Penggunaan E-Commerce

1. Manfaat bagi organisasi

Manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan *e-commerce* bagi organisasi menurut Irmawati (2011:109) adalah :

- Memperluas pasar hingga mencakup pasar nasional dan pasar global, sehingga perusahaan bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, memilih pemasok terbaik, dan menjalin relasi dengan mitra bisnis yang dinilai paling cocok
- Menekan biaya menyusun, memproses, mendistribusikan, menyimpan, dan mengakses informasi berbasis kertas

- Memungkinkan perusahaan mewujudkan bisnis yang sangat terspesialisasi. Menekan biaya persediaan dan *overhead* dengan cara memfasilitasi manajemen rantai nilai bertipe “*pull*” yang prosesnya berawal dari pesanan pelanggan dan menggunakan pemanufakturan *just-in-time*.
- Menekan waktu antara pembayaran dan penerimaan produk/jasa.
- Akses informasi lebih cepat.
- Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis (*business process reengineering*).
- Menekan biaya telekomunikasi.

2. Manfaat bagi Konsumen

Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, penggunaan e-commerce juga mempunyai manfaat bagi konsumen (Irmawati, 2011:110), yaitu :

- Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi lainnya setiap saat (7 hari 24 jam).
- Memberikan pilihan produk dan pemasok yang lebih banyak kepada pelanggan
- Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan produk dan jasa yang lebih murah, karena konsumen bisa berbelanja di banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
- Produk yang terdigitalisasi, sehingga memungkinkan pengiriman produk secara cepat dan real-time.
- Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam komunitas dan saling bertukar gagasan dan pengalaman.

- Memungkinkan pelanggan berpartisipasi dalam lelang virtual.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Menurut Irmawati (2011:110) selain manfaat terhadap organisasi, konsumen *e-commerce* juga mempunyai manfaat bagi masyarakat, antara lain :

- Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi.
- Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
- Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *e-commerce*.

2.1.1.4 Indikator Penguasaan *E-commerce*

Dalam jurnal Irmawati (2011:108) menyebutkan indikator keberhasilan *e-commerce* sebagai berikut :

1. Selection and Value, Faktor Pilihan dan nilai meliputi pilihan produk yang menarik, harga yang bersaing, jaminan kepuasan, dan dukungan pelanggan setelah penjualan.
2. Performance and Service, Faktor Kinerja dan pelayanan meliputi navigasi, proses belanja, dan pembelian serta konfirmasi pengiriman yang cepat dan mudah.

3. Look and Feel, Faktor Tampilan dan rasa yakni meliputi pajangan web, situs web, area belanja, produk multimedia, halaman katalog dan fitur belanja yang menarik.
4. Advertising and incentives, Faktor Iklan dan insentif meliputi : web dan promosi e-mail bersasaran serta penawaran khusus, termasuk iklan di berbagai situs afiliasi.
5. Personal attention, Faktor perhatian personal meliputi halaman web personal, saran produk yang dipersonalisasi, iklan web dan pemberitahuan e-mail, serta dukungan interaktif untuk semua pelanggan.
6. Community relationship, Faktor hubungan dengan komunitas meliputi komunitas virtual para pelanggan, pemasok, perwakilan perusahaan, dan lain-lainnya melalui newsgroup, ruang bincang, serta berbagai hubungan ke situs-situs terkait
7. Security and Reliability, Faktor keamanan dan keandalan meliputi keamanan informasi pelanggan dan transaksi di situs web, informasi produk yang dapat dipercaya, serta pemenuhan pesanan yang dapat diandalkan

2.1.2 Efektifitas Kerja

2.1.2.1 Pengertian Efektifitas Kerja

Menurut Ni Luh Bakti (2013) pada dasarnya pengertian efektifitas yang umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efektifitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara *input* dan *output*.

Menurut Pasolong dalam Kezia K Supit (2017) Efektifitas pada dasarnya berasal dari kata efek dan digunakan istilah ini sebagai hubungan sebab akibat, efektifitas kerja merupakan suatu keadaan tercapainya tujuan yang diharapkan atau dikehendaki melalui penyelesaian pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.

Menurut Richard M. Steers yang dikutip Zuliyanti dalam Resi Y (2011) efektifitas yang berasal dari efektif, yaitu suatu pekerjaan dikatakan efektif jika suatu pekerjaan dapat menghasilkan unit keluaran (*output*).

Menurut Priansa (2013:24) adalah keadaan atau kemampuan kerja yang dilaksanakan oleh manusia untuk memberikan nilai guna yang diharapkan. efektifitas berkenaan dengan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Dari hasil penelitian diatas dapat di simpulkan bahwa efektifitas kerja adalah sebuah keberhasilan dalam melakukan kegiatan, keberhasilan tersebut dapat di lihat dari apa yang dihasilkan (*output*) yang sesuai dengan waktu dan tujuan yang sudah di tetapkan.

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Kerja

Adapun menurut Gie (2015:45) Faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas kerja adalah :

1. Waktu

Ketepatan waktu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan merupakan factor utama. Semakin lama tugas yang di bebani itu dikerjakan maka semakin banyak tugas lain menyusul hal ini akan memperkecil tingkat efektifitas kerja karena memakan waktu yang tidak sedikit.

2. Tugas

Bawahan harus diberitahkan maksud dan pentingnya tugas-tugas yang didelegasikan kepada pegawainya.

3. Produktivitas

Seorang pegawai mempunyai produktivitas kerja yang tinggi dalam bekerja tentunya akan dapat menghasilkan efektifitas kerja yang baik demikian pula sebaliknya.

4. Motivasi

Mendorong pegawai melalui perhatian pada kebutuhan dan tujuan mereka yang sensitive. Semakin termotivasi karyawan untuk bekerja secara positif semakin baik pula kinerja yang dihasilkan.

5. Evakuasi Kerja

Pimpinan memberikan dorongan, bantuan dan informasi kepada pegawainya, sebaliknya pegawai harus melaksanakan tugas dengan baik dan menyelesaikan untuk dievaluasi tugas terlaksana dengan baik atau tidak

6. Pengawasan

Dengan adanya pengawasan maka kinerja pegawai data terus terpantau dan hal ini dapat memperkecil resiko kesalahan dalam pelaksanaan tugas.

7. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja menyangkut tata ruang, cahaya alam dan suara yang mempengaruhi konsentrasi pegawai suatu bekerja.

8. Perlengkapan dan fasilitas

Adalah suatu sarana dan peralatan yang disediakan pimpinan dalam bekerja. Fasilitas yang kurang lengkap akan mempengaruhi kelancaran pegawai dalam bekerja. Semakin baik sarana yang disediakan oleh perusahaan akan mempengaruhi semakin baiknya kerja seorang dalam mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan

2.1.2.3 Tujuan Efektifitas Kerja

Dalam Ilham Taufik Akbar (2017:13) tujuan efektifitas kerja bagi karyawan dan perusahaan adalah:

1. Dapat mencapai tujuan

Suatu kegiatan dikatakan efektif apabila tujuan yang di tetapkan sebelumnya dapat dicapai dengan baik.

2. Ketepatan waktu

Suatu kegiatan dapat di katakana efektif apabila pelaksanaan kegiatan tersebut sesuai dengan waktu yang di telah ditentukan.

3. Dapat memberikan manfaat bagi karyawan serta perusahaan sesuai dengan kebutuhannya.

4. Memberikan hasil akhir yang di harapkan oleh karyawan serta perusahaan

2.1.2.4 Manfaat Efektifitas Kerja

Efektifitas kerja menurut Ilham Taufik Akbar (2017:14) dapat memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Karyawan memiliki rasa tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaannya secara tepat waktu.
2. Karyawan yang bekerja secara efektif dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.
3. Membangun komunikasi yang baik antar karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya secara tepat waktu.
4. Setiap karyawan memiliki sikap disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya.

2.1.2.5 Indikator Efektifitas Kerja

Indikator dari kinerja usaha menurut Campbell dalam Sutrisno (2011: 126) dalam Meican Amelia (2017) yaitu:

1. Kesiapsiagaan
Penilaian menyeluruh mengenai kemungkinan bahwa organisasi mampu menyelesaikan sesuatu tugas khusus jika diminta.
2. Efisiensi
Suatu rasio yang mencerminkan perbandingan beberapa aspek satuan prestasi terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi itu.
3. Absenteisme
Banyaknya kemangkiran kerja.

4. Semangat kerja.

Kecendrungan anggota organisasi untuk berusaha lebih keras dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

5. Motivasi.

Kekuatan kecendrungan seseorang untuk melibatkan dirinya dalam kegiatan yang diarahkan pada sasaran dalam pekerjaan, merupakan perasaan dorongan bekerja untuk mencapai tujuan organisasi

6. Kepuasan

Tingkat kesenangan yang dirasakan seseorang atas peranan atau pekerjaannya dalam organisasi.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Srimindarti (2012) Kinerja usaha adalah suatu tampilan utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki

Menurut Mulyadi (2011) Kinerja usaha adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode.

Menurut Slamet (2018:162) Kinerja usaha adalah terjemahan dari kata *job performance* atau *actual performance* yang mempunyai arti yaitu prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang. Kinerja usaha tersebut

pada umumnya sebagai kesuksesan seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yang dibebankan kepadanya

Dan pengertian kinerja usaha menurut Ayu Noviani Hamum (2017) Kinerja usaha merupakan suatu ukuran yang dipakai untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dimana suatu perusahaan dikatakan mengalami keberhasilan dalam bidang-bidang apabila praktek yang ada cocok dengan semua kebutuhan konstituensi.

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa kinerja usaha adalah sebuah prestasi atau hasil dari kegiatan oprasional perusahaan dalam memperdayakan sumber daya yang ada dan mampu menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam mengukur sebuah keberhasilan usahanya.

2.1.3.2 Faktor yang memengaruhi kinerja usaha

Menurut Mangkunegara (2015:67) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah :

1. Faktor kemampuan

Secara psikologis kemampuan (*ability*) dan kemampuan *reality* (*knowledge dan skill*) artinya pegawai dengan IQ di atas rata-rata (110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah mencapai kinerja diharapkan. Oleh karena itu pegawai perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

2. Faktor Motivasi

Motivasi berbentuk sikap (*attitude*) seorang pegawai dalam menghadapi situasi (*situation*) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Dalam hal ini indikator dari kinerja usaha menurut Magdalena et al (2016:1365) dapat diukur melalui peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan usahanya melalui indikator :

1. Pertumbuhan Penjualan

Penjualan merupakan suatu proses yang sangat penting setelah suatu produk berhasil di produksi. Perusahaan perlu menerapkan strategi guna menjual produk tersebut. Hasil penjualan yang diharapkan perusahaan tentu dapat berdampak pada pertumbuhan perusahaan tersebut

2. Pertumbuhan Modal

Modal merupakan kekayaan atau investasi yang dioperasikan guna menghasilkan laba dan sebagai sumber dana atas kelancaran operasional suatu perusahaan.

3. Pertumbuhan Tenaga Kerja

Yaitu penyerapan tenaga kerja yang sesuai dengan jobdesk dan kemampuan dari tenaga kerja tersebut yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan

4. Pertumbuhan Laba

Yaitu penghasilan bersih atas upaya perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa. Pertumbuhan laba yang baik dapat memaksimalkan operasional perusahaan.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, penulis mencari, mempelajari dan membaca penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	H. Sahin and B. Topal	Impact of information technology on business performance: Integrated structural equation modelling and artificial neural network approach Sharif University of Technology Scientia Iranica Transactions B: Mechanical Engineering B (2018) 25(3) ISSN: 2345-3605	bahwa penggunaan teknologi informasi yang efektif akan memiliki tanda positif yang mempengaruhi kinerja bisnis	penelitian ini menggunakan teknologi informasi dan kinerja usaha sebagai variabelnya	Dalam penelitian ini tidak terdapat variabel orientasi pasar.
2.	Yuswan Tio Arisandi	Efektifitas Penerapan <i>E-commerce</i> Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo Issn 2303 - 341x	penerapan <i>E-commerce</i> memberikan efek bagi perkembangan pelaku usaha di wedoro mulai dari produktivitas hingga daya bertahan usaha	Dalam penelitian ini terdapat Efektifitas dan <i>E-commerce</i> sebagai variabelnya	Dalam penelitian ini menggunakan perkembangan UMKM sebagai variabelnya

			sandal dan sepatu wedoro ini yang dibuktikan dengan pemenuhan dua dari tiga aspek efektifitas.		
3.	Retno Fuji Oktavian	Peran Kemajuan Teknologi Ecommerce Untuk Percepatan Keberhasilan Kinerja Dengan Penerapan Strategi Pemasaran Ukm (Kasus Ukm Sektor Fashion Di Wilayah Jakarta) Vol. 6 No. 2 Oktober 2017 ISSN: 2252-6226	Dalam penelitian ini, SME Strategy berpengaruh secara signifikan terhadap ecommerce adoption. Salah satu strategi yang diterapkan UKM saat ini adalah untuk menunjang kegiatan pemasaran secara online (ecommerce). Strategi UKM ini diharapkan dapat meningkatkan kecepatan, intensif dan mengurangi biaya hubungan antar pelaku bisnis dengan entitas eksternal lainnya seperti pemasok, distributor, rekanan, konsumen dibandingkan dengan cara konvensional.	Dalam penelitian ini terdapat <i>E-commerce</i> dan kinerja sebagai variabelnya	Dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran UMKM sebagai variabelnya
4.	Magdalena Silawati Samosir, Made Suyana Utama dan A A I N Marhaeni	Analisis Pengaruh Pemberdayaan Dan Kinerja UMKM Terhadap Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Kabupaten SIKKANNTT E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.5. 2016. ISSN : 2337-3067	Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu melakukan implementasi teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis	Dalam penelitian ini terdapat kinerja usaha sebagai variabelnya	Dalam penelitian ini menggunakan pemberdayaan dan kesejahteraan pelaku Usaha sebagai tambahan variabelnya

			implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan electronic commerce (ecommerce) untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital		
5.	Lamban g Andri Prabaw a, Moham mad Rizan	Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Inovasi, Kepemimpinan Dan Kinerja Perusahaan: Studi Transformasi Pt. Pos Indonesia Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Vol. 3 No. 1 Maret 2015 ISSN: 2302 – 266	Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa baik perkembangan teknologi, inovasi maupun kepemimpinan, ketiganya memiliki hubungan dan berpengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja.	Dalam penelitian ini Terdapat variabel Teknologi Informasi	Dalam penelitian ini terdapat komunikasi, inovasi dan kepemimpinan sebagai tambahan variabelnya
6.	Dewi Irmawanti, Rizal (2011)	Pemanfaatan E – commerce sebagai teknologi informasi untuk kinerja usaha dalam Dunia Bisnis	usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan teknologi informasi e-commerce sebagai meningkatkan kinerja perusahaan, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu. Bagi usaha kecil dan	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel Teknologi Informasi dan penerapan e – commerce berpengaruh terhadap kinerja usaha	

			menengah, dengan menggunakan <i>e-commerce</i> dapat menawarkan sesuatu yang berkualitas dan terjangkau serta memiliki kepercayaan diri menghadapi pesaing. Biaya tidak kemudian menjadi kendala utama, tetapi yang terpenting bagaimana usaha kecil dan menengah dapat menunjukkan produk atau jasa yang ditawarkan melalui websitenya dan dapat dilakukan melalui penjualan secara online.		
7.	Nia Anggraini, Marnis, Samsir	Strategi Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Jasa Salon Kecantikan Dan Spa Di Kota Pekanbaru Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun IV No.12, Juli 2014 : 295-310 ISSN : 2087-4502	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar, inovasi, dan orientasi pembelajaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha; dan secara individual terdapat pengaruh dari orientasi pasar, inovasi, dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja usaha	Dalam penelitian ini terdapat kinerja usaha sebagai variabelnya	Penelitian dilakukan pada industri jasa salon kecantikan dan spa di Pekanbaru
8.	Ni Made Werin Sarastyarini1 I Ketut Yadnyana2	Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Efektifitas Kerja Pengguna terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil, Menengah Di Denpasar ISSN: 2302-8556	<i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Semakin meningkat perkembangan <i>e-commerce</i> pada	Dalam penelitian ini terdapat variabel <i>E-commerce</i> , Efektifitas kerja pengguna dan kinerja	

			UKM maka kinerja perusahaan pada UKM akan semakin berkembang. Efektifitas kerja pengguna berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Semakin meningkat nilai efektifitas kerja pengguna pada UKM maka kinerja perusahaan pada UKM akan semakin berkembang.	usaha sebagai variabelnya	
9.	Ayu Noviani Hanum , Andwiani Sinarasri	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang) ISSN: 2087-2836	Faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi <i>E-commerce</i> adalah Faktor teknologi, organisasional, faktor lingkungan, faktor individual dan dari semua faktor itu memiliki nilai positif untuk kinerja umkm di kota semarang	Dalam penelitian tersebut terdapat <i>E-commerce</i> dan Kinerja usaha sebagai variabelnya	Dalam penelitin ini menganalisis – faktor yang mempengaruhi Adopsi <i>E-commerce</i>

2.2 Kerangka Pemikiran

Pesatnya perkembangan era globalisasi di Indonesia mampu merubah gaya hidup masyarakat. Perubahan tersebut ditandai dengan perubahan pola dan metode konsumsi menjual dan berbelanja masyarakat. Di era ini hampir semua orang memanfaatkan teknologi untuk membeli dan/atau menjual barang dan/atau jasa melalui internet. Fenomena ini dikenal sebagai perdagangan elektronik atau lebih di kenal dengan *e-commerce*.

Dalam perkembangan ini perusahaan perlu memulai langkahnya dalam menciptakan keunggulan dalam kinerja usaha seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal dan pertumbuhan laba, dengan membuat keunggulan dalam kinerja usaha menjadi salah satu tujuan perusahaan, maka perusahaan bukan hanya mendapatkan keuntungan, namun kepuasan diri karena telah menjadi yang terdepan dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Namun hal tersebut terpengaruh dalam pemanfaatan teknologi informasi berupa penggunaan *e-commerce*. Faktor yang mempengaruhi kinerja usaha adalah faktor kemampuan, Faktor kemampuan (*ability*) inilah yang mendorong menggali potensi kita dalam memanfaatkan teknologi informasi dan *e-commerce* dalam keberhasilan kinerja usaha. Sebagai pelaku usaha tentunya perlu dalam mengetahui faktor-faktor yang mendorong dalam pemanfaatan *e-commerce* yaitu dengan memperhatikan *selection and value, performance and service, look and feel, dan community relationship*.

Dalam memaksimalkan pemanfaatan dari teknologi informasi yaitu dengan menggunakan *e-commerce* dalam menunjang kegiatan bisnis, tentu saja perusahaan perlu memperhatikan tenaga ahli dalam penggunaan sistem teknologi tersebut. Efektifitas kerja pengguna adalah faktor penting dalam menunjang keberhasilan kinerja usaha dalam perusahaan. Untuk mencapai dalam keberhasilan kinerja usaha tentu saja pelaku usaha perlu mengetahui faktor - faktor pendorong dalam efektifitas kerja pengguna yaitu dengan memperhatikan kesiapsiagaan karyawan, absenteisme, efisiensi karyawan, dan semangat kerja karyawan. Dari pemaparan diatas, dapat dijelaskan lebih lanjut mengenai keterkaitan antara *E-commerce*, Efektifitas kerja pengguna dan kinerja usaha adalah sebagai.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 Hubungan *E-commerce* Terhadap Kinerja Usaha

Penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja usaha pada penerbit di kabupaten Bandung, yang diperkuat oleh penelitian menurut :

- Menurut Siti Maryama (2013:74) Penggunaan *e-commerce* pada saat ini merupakan syarat bagi sebuah organisasi atau perusahaan, agar perusahaan itu dapat bersaing secara global.
- Menurut Siti (2013:75) menyatakan peranan *e-commerce* diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan dalam menghadapi kinerja dunia bisnis yang penuh persaingan tersebut. Perusahaan yang survive dan konsisten serta cenderung meningkat adalah perusahaan yang mampu menerjemahkan dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Penggunaan *e-commerce* adalah salah satu bentuk implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional.
- Menurut Siti Maryama (2013:74) Pemanfaatan *e-commerce* selain berimplikasi pada peningkatan pelayanan terhadap pelanggan (konsumen/nasabah) atau klien, juga dapat dimanfaatkan sebagai alat strategi dalam menghadapi kompetitor atau pesaing. Dalam hubungannya terhadap pelayanan konsumen, *e-commerce* akan mempermudah komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli.

2.2.1.2 Hubungan Efektifitas kerja pengguna terhadap Kinerja usaha

Menurut Goodhue dan Thompson dalam CK Putri (2018) menyatakan bahwa kinerja yang semakin tinggi melibatkan kombinasi dari peningkatan efisiensi, peningkatan efektifitas, peningkatan produktivitas dan atau peningkatan kualitas

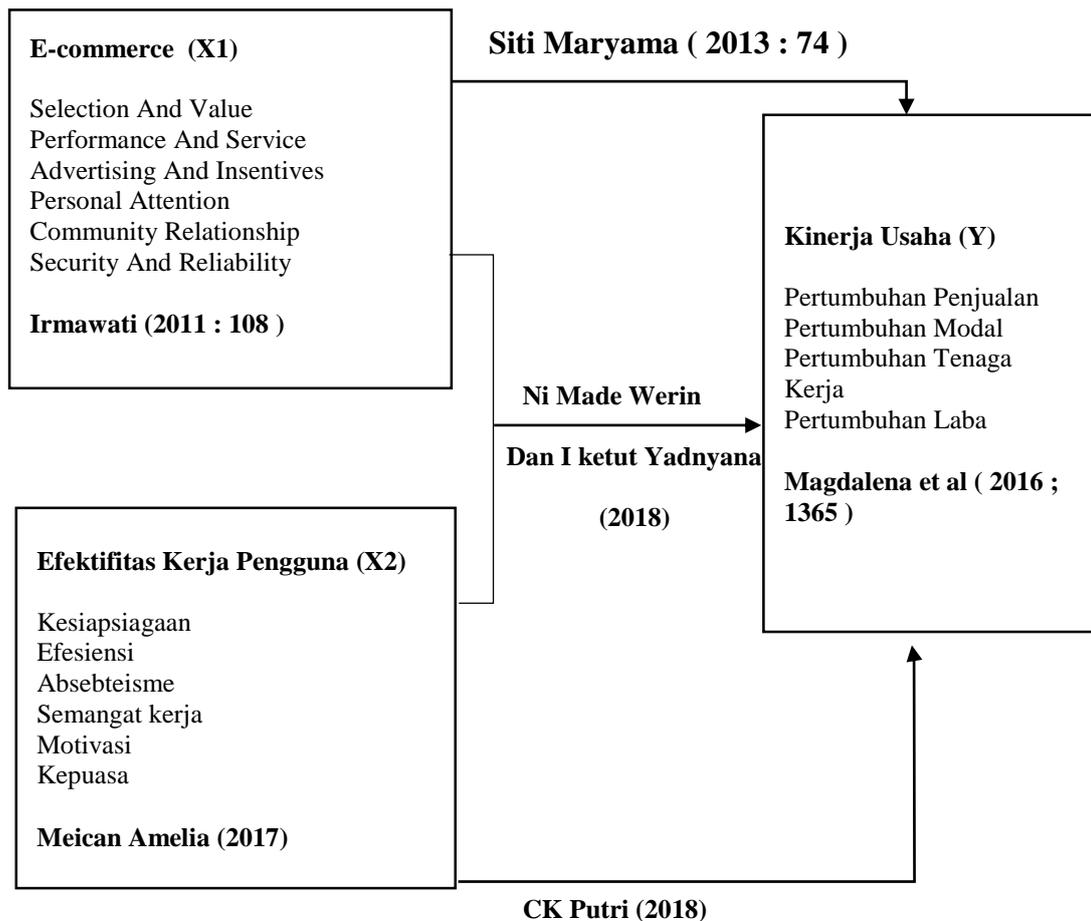
Dari penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Werin dan I Ketut Yadnyana (2018) menyatakan bahwa efektifitas kerja pengguna berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. semakin meningkat nilai efektifitas kerja pengguna pada UKM maka kinerja perusahaan pada UKM akan semakin berkembang

2.2.1.3 Hubungan *E-commerce* dan Efektifitas kerja pengguna terhadap Kinerja Usaha

Dari penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Werin dan I Ketut Yadnyana (2018) menyatakan bahwa *E-commerce* dan Efektifitas kerja pengguna berpengaruh terhadap kinerja usaha, Peranan *e-commerce* dan efektifitas kerja pengguna bagi perusahaan yang paling nyata adalah semua pekerjaan akan lebih cepat dan akurat. Penerapan *e-commerce* dan efektifitas kerja pengguna yang efektif akan mengurangi biaya yang tidak diharapkan dan dapat meningkatkan fleksibilitas. *E-commerce* dan efektifitas kerja pengguna dapat diterapkan pada semua jenis usaha dan telah menjadi kebutuhan dasar mulai dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan pada usaha kecil menengah akan semakin meningkat apabila pelaku usaha menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan peningkatan

pada efektifitas kerja pengguna *e-commerce* akan diikuti juga dengan peningkatan kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah yang menggunakan *e-commerce* di Denpasar.



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian
Pengaruh *E-commerce* dan Efektifitas Kerja Pengguna terhadap Kinerja Usaha

2.3 Hipotesis

Definisi hipotesis menurut Husein Umar (2002:62) adalah “Pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak”. Dengan begitu hipotesis bisa dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan (Iffan & Yulianti, 2017).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan sebelumnya serta teori yang menghubungkan variabel *E-commerce* dan Efektifitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Usaha secara parsial dan simultan, maka hipotesis dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

Sub Hipotesis

- Diduga adanya Pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja Usaha di Perusahaan penerbit Kab.Bandung
- Diduga adanya Pengaruh Efektifitas kerja pengguna terhadap Kinerja Usaha di Perusahaan penerbit Kab.Bandung

Hipotesis Utama

Diduga adanya Pengaruh *E-commerce* dan Efektivitas kerja pengguna terhadap Kinerja Usaha pada Perusahaan Penerbit di Kab.Bandung

