BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan

PT. ValueStream Internasional (VSI) adalah sebuah perusahaan IT, dimana VSI dibentuk untuk fokus pada pengelolaan terkait "bisnis transaksi" , salah satunya adalah perusahaan switching dan pengembang perangkat lunak pendukung transaksi. PT. Valuestream Internasional di dirikan tanggal 17 Maret 2008 di Bandung.

PT. ValueStream Internasional memproduksi solusi berkualitas tinggi untuk Sistem Transaksi,Pusat Pengolahan Data, Transaksi melalui satu *Gateway (Payment Gateway)*, *Switching Provider*, Penyedia Aplikasi untuk *Payment Point*, Rekonsiliasi dan Pelaporan.Kami menyediakan aplikasi mulai dari hulu sampai dengan hilir, dan kami buat per modul. Jadi bila perusahaan anda atau mitra kami membutuhkan salah satu modul saja maka dapat di integrasikan ke dalam sistem yang sudah ada.

PT ValueStream International (VSI) telah membangun sistem pembayaran gateway untuk PT Perusahaan Listrik Negara Distribusi Jawa Barat dan Banten (PLN DJBB) sebuah Perusahaan Listrik milik Negara. VSI menjadi pelopor pertama yang berhasil menyediakan layanan untuk Gateway Pembayaran Listrik (dikenal sebagai GAPURA) dengan ISO 8583 versi 2003 standar untuk PLN.

Sistem ini menyediakan Tagihan Listrik (pasca bayar), Token untuk sistem pra-bayar dan Non Tagihan Listrik.

Sistem PT ValueStream International (VSI) sudah diterapkan dan berjalan dengan baik,sejak Mei 2008 untuk dapat melayani mitra kami dan pelanggan PLN dapat melakukan pembayaran tagihannya di seluruh Kantor Distribusi PLN di Indonesia. Saat ini VSI masih dan terus mengembangkan sistem untuk *"Payment Gateway"* yang sudah ada dan memperbanyak fitur-fitur didalamnya.

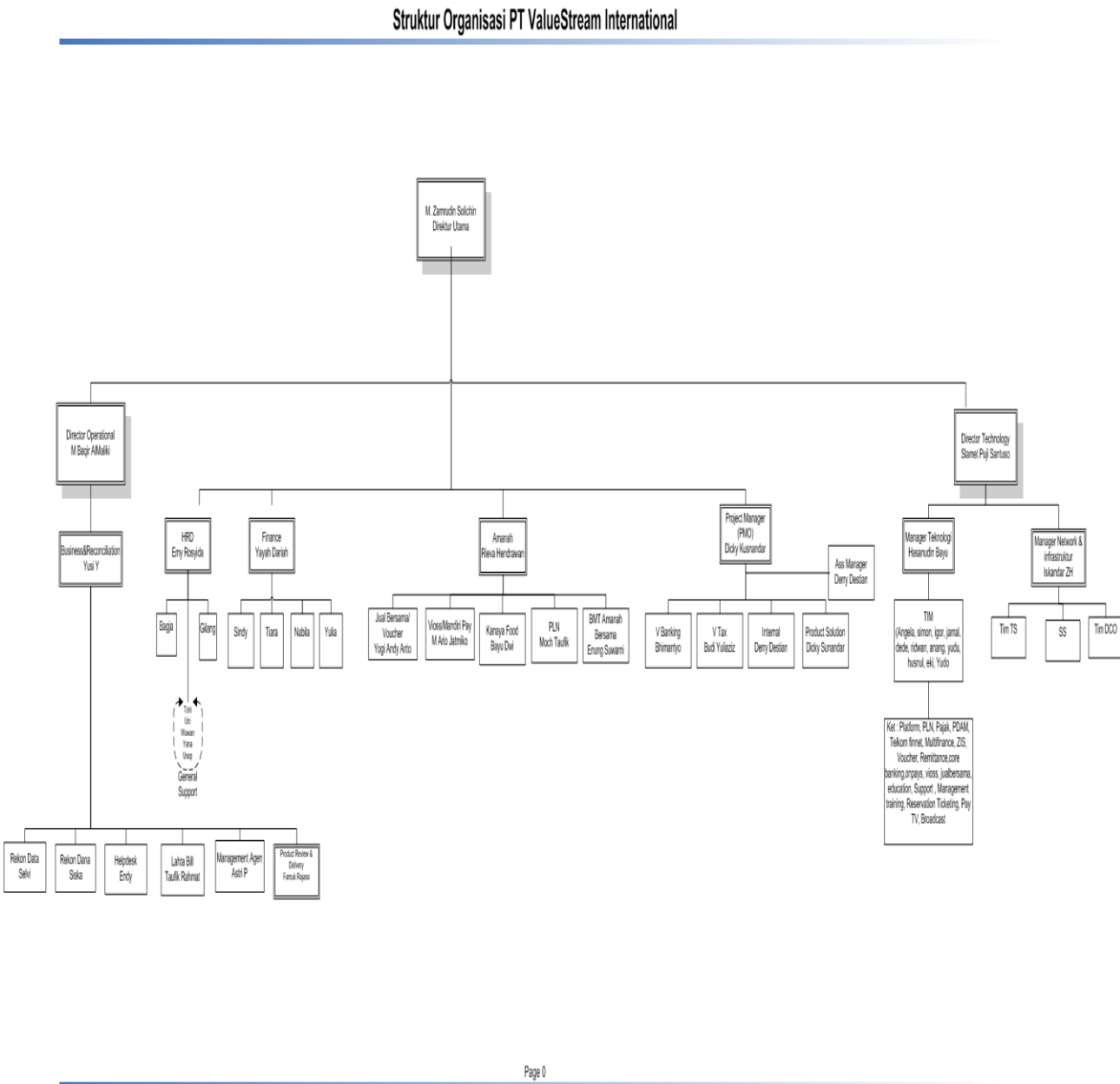
a. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. Valuestream Internasional terdiri dari :

1. Direktur Utama
2. Direktur Operasional
3. Direktur Teknologi
4. Departemen Human Resources Development
    - General Support
5. Departemen Operasional dan Bisnis
    - Kepala Bagian Rekonsiliasi Data
    - Kepala Bagian Rekonsiliasi Dana
    - Kepala Bagian Manajemen Agen dan Loket
    - Kepala Bagian Helpdesk dan Call Center
6. Departemen Keuangan
7. Departemen Marketing

- Seksi Jual Bersama
- Seksi Mandiri Pay /VIOSS
- Kanaya Food
- PLN & Biller
- BMT/Koperasi Syariah

8. Departemen Project Manager (PMO)
    - V Banking
    - V Tax
    - Internal
    - Product Sollution
9. Departemen IT
    - Kepala Bagian Teknologi
    - Kepala Bagian Network & Infrastruktur



Gambar 4.1

Struktur Organisasi

b. Area Layanan PT. Valuestream International :

Dengan komitmen dan kerja sama antar divisi yang ada baik Divisi Bisnis, Divisi Operasional, Divisi Teknologi dan internal VSI. Serta dukungan dan jalinan kerja sama yang baik yang terjalin sampai saat ini Pihak Perbankan dan Biller. VSI yang berdiri sejak Maret 2008 bertempat di Bandung kini sudah bisa melayani area **se-Indonesia**.

c. Area Layanan Mitra Bisnis PT. Valuestream International :

Dengan jumlah Mitra tidak kurang dari 30 baik itu (PT,CV,Koperasi). Tidak kurang dari 19 ibu kota Provinsi di Indonesia dan ibu kota lainnya segera bergabung. Dari data diatas maka kurang lebih 300 kotamadya/kabupaten se-Indonesia dengan jumlah Payment Point / Outlet lebih dari 20.000 dan 6000 di antaranya kami kelola sendiri yang telah menjadi mitra kami. Dan dengan sistem kemitraan yang berjalan baik dan berlandaskan "syariah" dengan brand "amanah" kami percaya dan mampu akan tumbuh lebih besar lagi.

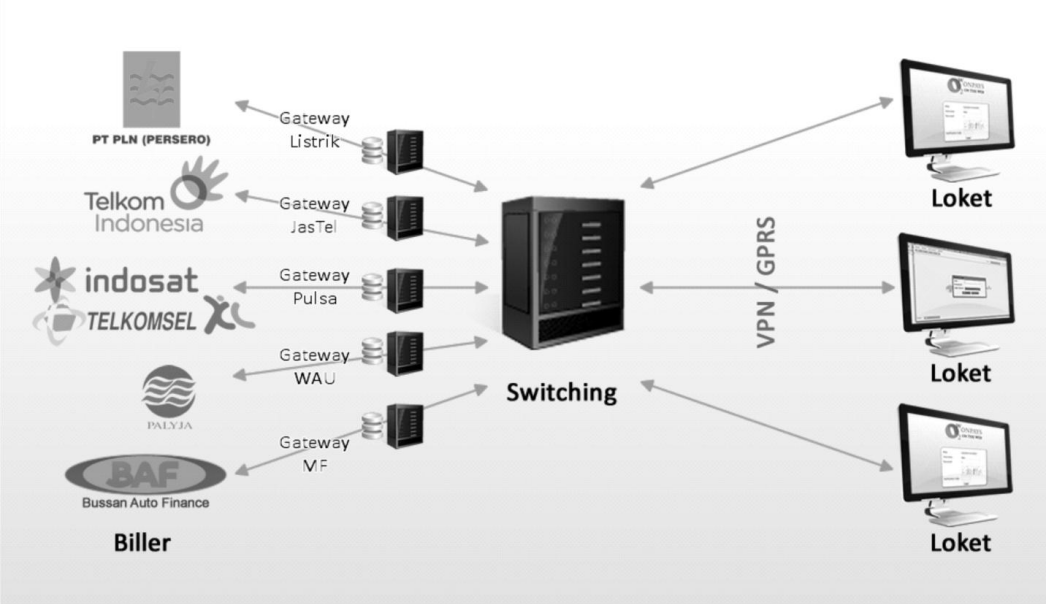
d. System

Program Kontrol Stored telah menjadi tipe kontrol utama untuk semua jenis sistem switching baru di seluruh dunia, termasuk pembayaran tol, cabang-cabang swasta, data, dan sistem Telex. Dua jenis data yang tersimpan di dalam memori sistem switching elektronik. Salah satu jenis adalah data yang terkait dengan kemajuan panggilan, seperti alamat keluar dari garis yang disebut. Jenis lain, yang dikenal sebagai data terjemahan, berisi jarang mengubah informasi, seperti jenis

layanan berlangganan dengan garis panggilan dan informasi yang diperlukan untuk routing panggilan ke nomor yang disebut.

Data terjemahan ini, seperti program, disimpan dalam memori yang mudah dibaca, tetapi dilindungi untuk menghindari penghapusan yang disengaja. Informasi ini berubah-ubah tergantung pada kebutuhan pelayanan Anda. Fleksibilitas dari suatu program yang tersimpan juga membantu dalam administrasi dan pemeliharaan layanan sistem dan dapat dengan cepat menangani segela bentuk kesalahan.

Elektronik switching system (SSE) adalah sistem yang menghubungkan antara mitra dengan Biller atau dengan gateway pembayaran. Valuetream Internasional sistem telah beroperasi dengan baik menangani berbagai macam pembayaran, diantaranya pembayaran tagihan PLN, pembayaran telepon, air atau voucher prabayar selular. Pada akhir tahun 2010 Sistem Switching kami dapat menangani 8 juta transaksi per bulan . Dan berjalan baik dengan semua sistem operasi yang ada (multi flatform).



Gambar 4.2

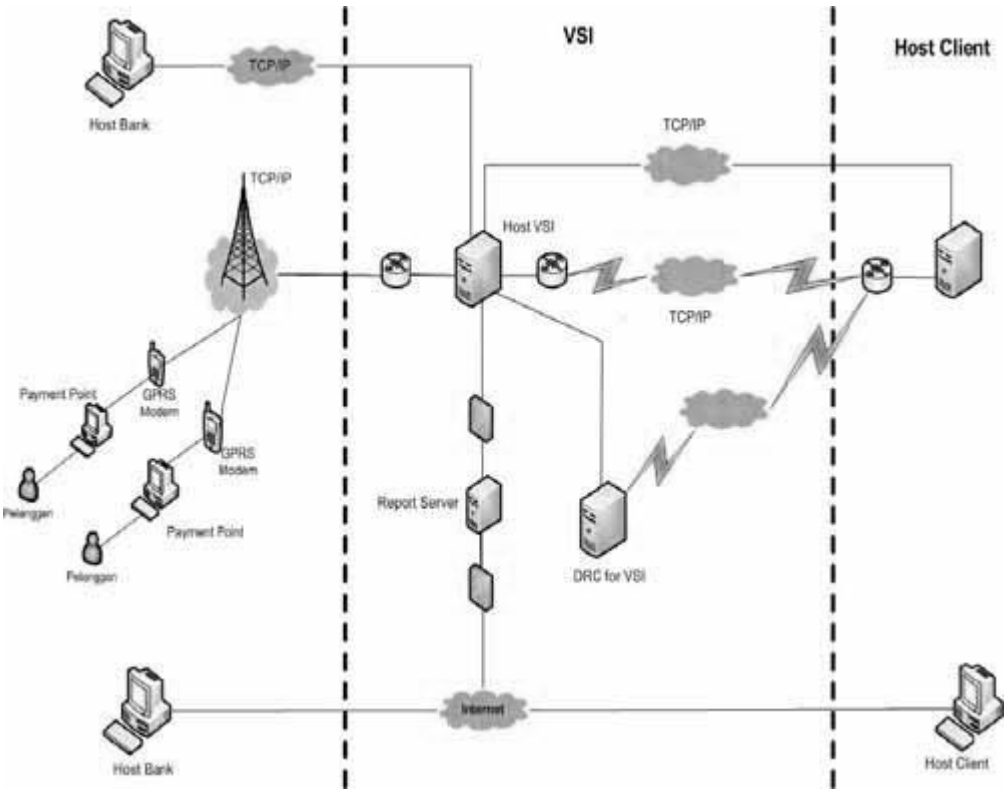
Sistem Switching PT. Valuestream Internasional

e. Gateway

Pembayaran *Gateway* adalah sebuah aplikasi e-commerce yang menyediakan untuk penyediaan jasa / hak otorisasi pembayaran untuk e-bisnis dan sebagainya. *Payment Gateway* dapat mengenkripsi data sensitif, seperti informasi kartu kredit, untuk memastikan bahwa informasi yang melewati aman antara pelanggan dan penerbit dan juga antara penerbit dan institusi. Sebuah gateway pembayaran memfasilitasi transfer informasi antara portal pembayaran (seperti telepon, website atau layanan IVR) dan *Front End Processor* atau Bank Akuisisi. Sama seperti konsumen untuk produk pesanan online.

Valuestream International *Payment Gateway* Aplikasi ISO 8583 menerapkan teknologi terbaik dan memastikan aplikasi dengan benar. Teknologi

kami menerapkan standar sistem pembayaran online dengan *Standar Data Exchange* / Pesan menggunakan ISO 8583, berdasarkan *Open Platform*, Handal dengan dukungan Team Support, dan pengoperasian berbasis web terpusat *Rich Internet Application* dalam aplikasi frontend.



Gambar 4.3

Gateway PT. Valuestream Internasional

f. Point And Reporting System

Loket Pembayaran atau Payment Point adalah tempat di mana pelanggan dapat melakukan pembayaran baik tagihan listrik, telepon, PDAM atau melakukan pembelian voucher pulsa all operator. Payment Point Valuestream

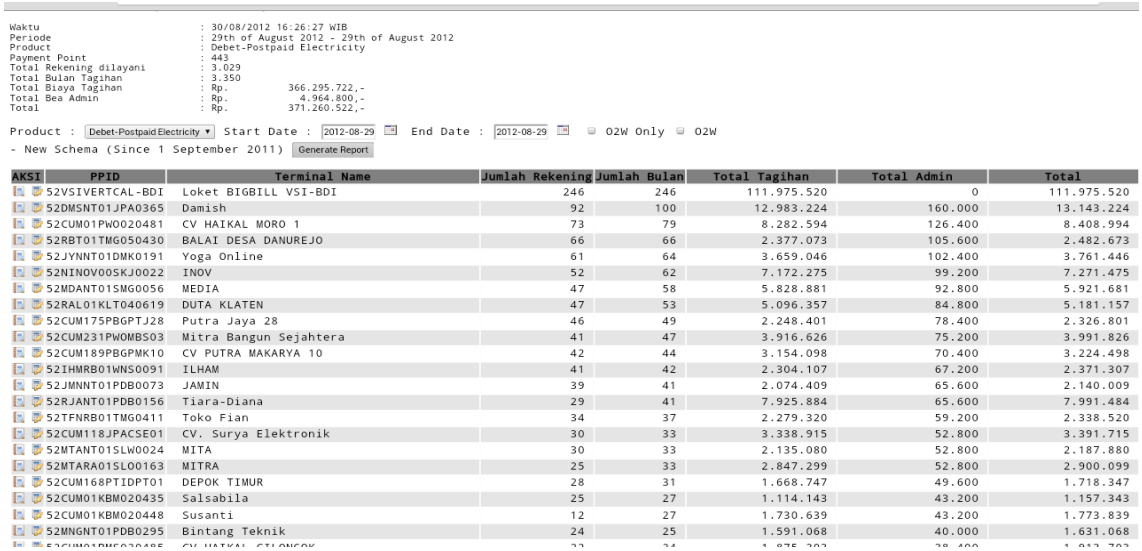
adalah one-stop fasilitas pelayanan yang terdiri dari berbagai modul pembayaran. Dengan brand "amanah" dimana PT. Valuestream Internasional mengedepankan syariah dalam setiap transaksinya. Dengan jumlah Mitra tidak kurang dari 30 baik itu (PT,CV,Koperasi). Tidak kurang dari 19 ibu kota Provinsi di Indonesia dan ibu kota lainnya segera bergabung. Dari data diatas maka kurang lebih 300 kotamadya/kabupaten se-Indonesia dengan jumlah Payment Point / Outlet lebih dari 20.000 dan 6000 di antaranya kami kelola sendiri yang telah menjadi mitra kami.



Gambar 4.4

Point Amanah PT. Valuestream Internasional

Sistem Informasi adalah sistem pengiriman rekening untuk pembayaran tagihan listrik, telepon atau air tagihan. VSI juga menyediakan sistem pelaporan untuk setiap account konsinyasi, misalnya rekening keberhasilan pengiriman laporan, kegagalan atau belum diproses.



Waktu : 30/08/2012 16:26:27 WIB
Periode : 29th of August 2012 - 29th of August 2012
Product : Debet-Postpaid Electricity
Payment Point : 443
Total Rekening dilayani : 3.029
Total Bulan Tagihan : 3.350
Total Biaya Tagihan : Rp. 366.295.722,-
Total Bea Admin : Rp. 4.964.800,-
Total : Rp. 371.260.522,-

Product : Debet-Postpaid Electricity Start Date : 2012-08-29 End Date : 2012-08-29 O2W Only O2W
- New Schema (Since 1 September 2011) Generate Report

AKSI	PPID	Terminal Name	Jumlah Rekening	Jumlah Bulan	Total Tagihan	Total Admin	Total
	52VSIVERTCAL-BDI	Loket BIGBILL VSI-BDI	246	246	111.975.520	0	111.975.520
	52DMSNT01JPA0365	Damish	92	100	12.983.224	160.000	13.143.224
	52CUM01PWO020481	CV HAIKAL MORO 1	73	79	8.282.594	126.400	8.408.994
	52RBT01TMG050430	BALAI DESA DANUREJO	66	66	2.377.073	105.600	2.482.673
	52JYNNT01DMK0191	Yoga Online	61	64	3.659.046	102.400	3.761.446
	52NINOV00SKJO022	INOV	52	62	7.172.275	99.200	7.271.475
	52MDANT01SMG0056	MEDIA	47	58	5.828.881	92.800	5.921.681
	52RAL01KLT040619	DUTA KLATEN	47	53	5.096.357	84.800	5.181.157
	52CUM175PBGPTJ28	Putra Jaya 28	46	49	2.248.401	78.400	2.326.801
	52CUM231PWOMBS03	Mitra Bangun Sejahtera	41	47	3.916.626	75.200	3.991.826
	52CUM189PBGPMK10	CV PUTRA MAKARYA 10	42	44	3.154.098	70.400	3.224.498
	52IHMRBO1WNS0091	ILHAM	41	42	2.304.107	67.200	2.371.307
	52JMNNT01PDB0073	JAMIN	39	41	2.074.409	65.600	2.140.009
	52RJANT01PDB0156	Tiara-Diana	29	41	7.925.884	65.600	7.991.484
	52TFNRBO1TMG0411	Toko Fian	34	37	2.279.320	59.200	2.338.520
	52CUM118JPACSE01	CV. Surya Elektronik	30	33	3.338.915	52.800	3.391.715
	52MTANT01SLW0024	MITA	30	33	2.135.080	52.800	2.187.880
	52MTARA01SLO0163	MITRA	25	33	2.847.299	52.800	2.900.099
	52CUM168PTIDPTO1	DEPOK TIMUR	28	31	1.668.747	49.600	1.718.347
	52CUM01KBM020435	Salsabila	25	27	1.114.143	43.200	1.157.343
	52CUM01KBM020448	Susanti	12	27	1.730.639	43.200	1.773.839
	52MNGNT01PDB0295	Bintang Teknik	24	25	1.591.068	40.000	1.631.068

Gambar 4.5

Reporting PT. Valuestream Internasional

g. Lini Bisnis

1. Konsultan IT

   Valuestream Internasional telah mendedikasikan tim dengan pengalaman yang cukup dalam hal pengembangan bisnis dan teknis dalam hal terkait transaksi pembayaran untuk Organisasi atau Lembaga Non profit, Sektor-sektor Publik dan Perusahaan Komersial. PT. Valuestream Internasional menyediakan berbagai layanan konsultasi dan dukungan untuk membantu mengatasi masalah dari proyek-proyek TI.

   Tim PT. Valuestream Internasional yang berpengalaman memberikan saran TI baik untuk sektor swasta dan publik, dari dan untuk

perusahaan menengah dan kecil. PT. Valuestream Internasional memberikan konsultasi yang dirancang khusus sesuai untuk kebutuhan perusahaan.

Aplikasi atau pengembangan sistem merupakan proses penting bagi sebuah Perusahaan. Perusahaan manapun harus menaruh perhatian ekstra ketika memutuskan dan memilih Vendor / Consultant yang tepat untuk melakukan pengerjaan proyek atau pengembangan perusahaannya . Buatlah penelitian atau mencari informasi yang tepat sebelum Vendor / Consultant sebelum perusahaan Anda memutuskan untuk menyerahkan pengembangan aplikasi Anda ke perusahaan outsourcing.

Valuestream International memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun dalam pengembangan perangkat lunak dan sistem. Divisi Pengembangan dan Teknis kami adalah salah satu aset utama bagi perusahaan PT. Valuestream Internasional. PT. Valuestream Internasional memiliki orang-orang yang berkualitas yang terus menerus bekerja untuk memperbaiki produk yang sudah ada dan mengembangkan produk baru yang sesuai dengan teknologi terbaru.

2. Integration

   Integrasi juga disebut: Sistem TI Integrasi, Sistem Integrasi, Konvergensi, Jaringan Sistem Integrasi, Integrasi, *Digital Convergence*, Mengintegrasikan Sistem, *Integrated Systems*, Teknologi Integrasi, Integrasi Sistem TI

DEFINISI: Sebuah integrator sistem (SI) adalah orang atau perusahaan yang membangun sistem komputasi untuk klien dengan menggabungkan perangkat keras dan produk-produk perangkat lunak dari beberapa vendor. Menggunakan integrator sistem, perusahaan dapat menyesuaikan agar lebih menekan biaya, pra-konfigurasi komponen dan aplikasi - aplikasi tambahan untuk memenuhi tujuan bisnis utama, implementasi akan disesuaikan yang mungkin membutuhkan pemrograman asli atau pembuatan program aplikasi baru.

Valuestream Internasional menyediakan layanan integrasi sistem yang sudah beroperasi dengan Biller dan Vendor yang sudah bekerja sama dengan kami, jadi proses nya tidak membutuhkan waktu yang lama dan tambahan biaya yang cukup besar. Sudah menjadi sifat kami untuk setiap sistem akan disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

3. Implementation

Salah satu tujuan teknologi informasi adalah untuk melayani dan memudahkan pengembangan bisnis. Valuestream Internasional berusaha untuk memahami rencana strategis yang consumen miliki untuk bisnis. Valuestream kemudian memastikan bahwa teknologi saat ini memberikan performa dan dukungan yang consumen butuhkan.

Valuestream Internasional akan bekerja sama dengan consumen untuk memahami kebutuhan bisnis Anda, dan kemudian merancang sebuah infrastruktur jaringan untuk mendukung kesuksesan Anda.

Penerapan solusi teknologi informasi tidaklah kecil untuk sebuah organisasi. Dalam kebanyakan Lembaga, perusahaan tidak memiliki sumber daya yang diperlukan, kemampuan atau keahlian untuk berhasil mengimplementasikan solusi sementara kebutuhan operasional sehari-hari membutuhkan agar dapat menyediakan kebutuhan tersebut. Kita melihat implementasi yang kurang tepat bahkan kacau dalam beberapa kasus, dan dapat melumpuhkan seluruh badan Perusahaan atau Organisasi Anda. Tugas-tugas implementasi spesifik, diantaranya seperti:

- Proses desain dan pengembangan;
- Manajemen Proyek;
- Kegiatan Konferensi Kebutuhan masing-masing Bagian dan Pengujian Sistem;
- Pengguna Pelatihan dan Dokumentasi *End-User*;
- Data Konversi
- Pendukung implementasi lainnya.

Valuestream internasional membantu organisasi dalam solusi pengimplementasian teknologi informasi. Konsultan kami memiliki tidak hanya sebuah teknologi cerdas yang kuat untuk implementasi

sistem, tetapi sama pentingnya, adalah latar belakang bisnis yang luas dari proses-proses bisnis penting yang ada di berbagai industri. Valuestream Internasional dapat membantu Anda dalam implementasi sistem perusahaan, dengan menyediakan sumber daya yang berpengalaman dibidangnya.

4. Maintenance

   Valuestream Internasional merawat produk dan menyediakan dukungan teknis untuk setiap masalah yang akan timbul. Valuestream Internasional akan menganalisa masalah terlebih dahulu dan mencari solusi dengan cepat.

   Valuestream Internasional juga menyediakan perawatan berkala untuk masing-masing produk seperti melindungi data consumen dari serangan virus, mengoptimalkan kinerja dan kehandalan perangkat keras consumen dan menjaga sistem consumen tetap up to date dengan dengan perbaikan bug perangkat lunak yang dikenal. Pemeliharaan Proaktif juga memberikan consumen kebebasan untuk merencanakan upgrade teknologi dan instalasi baru daripada harus membuat luas, kurang terencana maka yang timbul adalah *'panic purchase'*.

h. Biller dan Bank

PT. Valuestream Internasional bekerja sama dengan biller-biller berikut :

1. PT. PLN
2. PT. TELKOM

3. PT. FINNET
4. Teleshindo Shop
5. Bussan Auto Finance
6. PT. MCF
7. PT. MAF
8. WOM Finance
9. PT. AETRA
10. PT. PALYJA

PT. Valuestream Internasional bekerja sama dengan perbankan berikut :

1. Bank Danamon Syariah
2. BRI syariah
3. BNI Syariah
4. Bank Mega Syariah
5. Bank Bukopin Syariah
6. BJB Syariah

4.2. Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan/karyawati PT. Valuestream Internasional, dimana sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 75 orang. Dalam penelitian ini profil responden dibedakan berdasarkan

jenis kelamin, usiauntuk lebih jelaskan dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut :

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	46	61,33%
Wanita	29	38,67%

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh pria sebesar 61% sedangkan wanita hanya sebesar 39% .

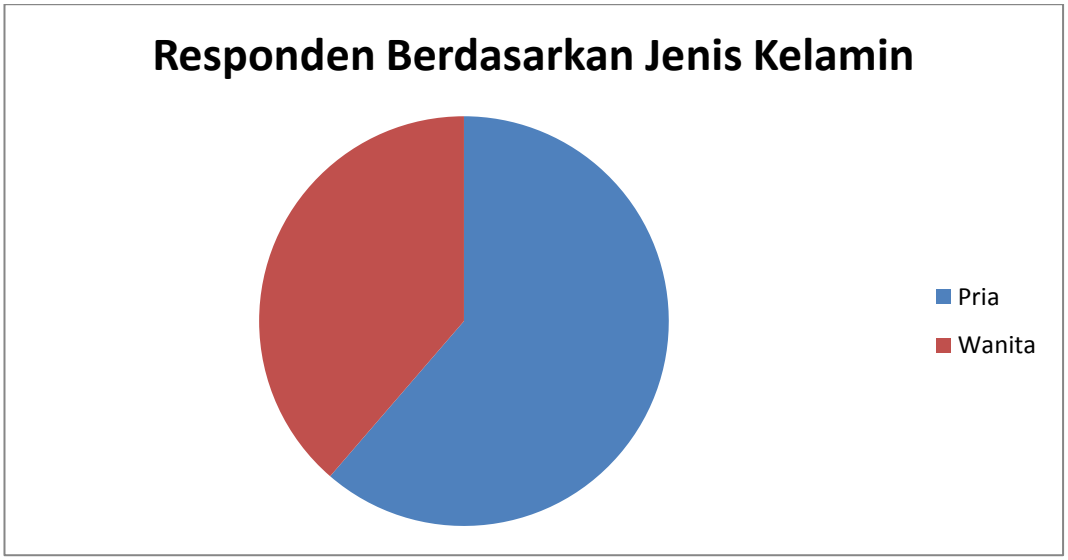


Diagram 1
Diagram Responden Jenis Kelamin

4.2.2 Reponden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 Tahun	2	2,67 %
20-25 Tahun	30	40 %
25-35 Tahun	39	52 %
35-45 Tahun	4	5,3 %
>45 Tahun	0	0 %

Sedangkan jika dilihat dari usia responden menunjukan bahwa untuk usia kurang dari 20 tahun sebanyak 2,67%, 20-25 tahun sebanyak 40 %, 25-35 tahun sebanyak 52%, dan 35-45 tahun sebanyak 5,3% dan diatas 45 tahun 0 %. Sehingga dapat dikatakan usia mayoritas responden berkisar antara 25-35 tahun.

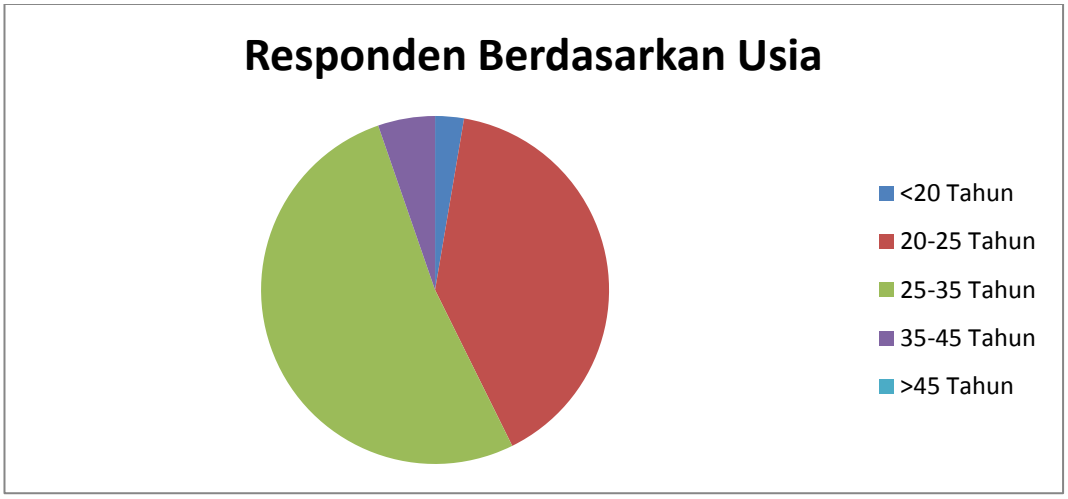


Diagram 2
Diagram Responden Berdasarkan Usia

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk mempermudah dalam memberikan penilaian terhadap data hasil tanggapan responden, maka dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah skor tanggapan responden. Dari jumlah skor-jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian terhadap setiap item pernyataan. Adapun penentuan kriteria penilaian skor jawaban responden didasarkan pada persentase skor aktual terhadap skor ideal, dimana skor aktual diperoleh dari tanggapan aktual responden sementara skor ideal adalah skor maksimum yang diperoleh dari 75 responden. Prinsip pengklasifikasian persentase bobot skor tanggapan responden (Sugiono, 2005). Persentase skor aktual terhadap skor ideal tersebut dikonfirmasi terhadap tabel pengklasifikasian. Kriteria yang digunakan dalam penilaian persentase skor item pernyataan disesuaikan dengan indikator masing-masing, seperti Sangat Baik, Baik, Cukup, Kurang Baik dan Tidak Baik yang disusun berdasarkan rentang skor seperti pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007 : 84)

4.3.1 Deskriptif Variabel Strategi Bisnis

Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Untuk mengetahui seberapa baik strategi bisnis PT. Valuestream Internasional dimata karyawan, dalam penelitian ini penulis membagi 3 indikator yaitu seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Strategi Bisnis

Indikator Strategi Bisnis	Skor aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
Cost Leadership	585	750	78,00	Tinggi
Differentation	295	375	78,67	Tinggi
Focus	299	375	79,73	Tinggi
Total	1179	1500		

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap strategi bsinis, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\textbf{\% Skor Aktual} = \frac{\textbf{Skor aktual}}{\textbf{Skor Ideal}} = \frac{\textbf{1179}}{\textbf{1500}} = \textbf{78,8 \%}$$

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap strategi bisnis secara umum, maka dibuat pengkategorian dengan menghitung jarak interval untuk 4 pernyataan pada 75 responden, sebagai berikut :

Nilai Indeks Minimun = Skor Minimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 1x 4 x 75

= 300

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 5 x 4 x 75

= 1500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimun

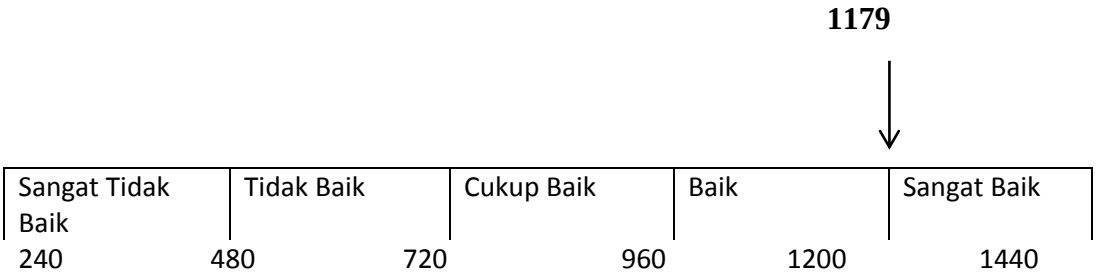
= 1500-300

= 1200

Jarak Interval = Jarak : Jenjang

= 1200 : 5

= 240



Berdasarkan tabel 4.4 diatas ,dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap strategi bisnis di PT. Valuestream Internasional adalah 78,8%, hal ini menurut responden strategi bisnis PT. Valuestream internasional sudah baik. Indikator strategi bisnis yang paling tinggi adalah focus yaitu sebesar 79,93 % dan paling terkecil adalah cost leadership yaitu sebesar 78 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden menyatakan strategi bisnis yang dikembangkan PT. Valuestream Internasional sudah baik.

Tabel 4.3- 4.6 akan menjelaskan lebih rinci dari tanggapan responden mengenai strategi bisnis PT. Valuestream Internasional, dalam penelitian ini penulis membuat empat pertanyaan yang harus diisi oleh para responden.:

4.3.1.1 Cost Leadership

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Harga Layanan Jasa Payment Online VSI Kompetitif
(Cost Leadership)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
1	Harga layanan jasa payment online yang ditawarkan VSI kompetitif dibanding pesaing	Sangat Setuju	5	13	17,33	65	375
		Setuju	4	40	53,33	160	
		Ragu-ragu	3	21	28,00	63	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 40 orang atau sebesar 53,33 %, menyatakan setuju bahwa harga layanan Jasa Payment Online Kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan VSI mampu bersaing dengan kompetitor. Hal tersebut menunjukkan bahwa VSI mampu menekan harga sekompetitif mungkin dengan melakukan efisiensi dari setiap unit bisnisnya. Salah satu bentuk dari efisiensi tersebut adalah penggunaan teknologi informasi di setiap unit departemennya.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Teknologi Informasi Menciptakan Efisiensi Biaya (Cost Leadership)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
2	Pengembangan teknologi informasi VSI memberikan efisiensi dalam biaya	Sangat Setuju	5	13	17,33	65	375
		Setuju	4	46	61,33	184	
		Ragu-ragu	3	14	18,67	42	
		Tidak Setuju	2	2	2,67	4	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 61,33 %, menyatakan setuju bahwa Pengembangan Teknologi Informasi menciptakan efisinsi Biaya. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan teknologi informasi mampu menciptakan efektifitas dalam pekerjaan, sehingga efisiensi biaya dapat dilakukan. Pengembangan teknologi inormasi memudahkan karyawan dalam pekerjaan dengan cepat sehingga. Sehingga beberapa pekerjaan dapat dilakukan oleh satu karyawan.

4.3.1.2 Differentiation

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Fitur-Fitur Layanan Jasa Payment Online VSI Menciptakan Nilai Unggul dan Sesuai Kebutuhan Konsumen
(Differentiation)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
3	Pengembangan Fitur-fitur layanan jasa payment online VSI menciptakan nilai unggul dan sesuai kebutuhan konsumen	Sangat Setuju	5	13	17,33	65	375
		Setuju	4	49	65,33	196	
		Ragu-ragu	3	12	16,00	36	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.7 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 49 orang atau sebesar 65,33 %, menyatakan setuju bahwa Pengembangan fitur-fitur layanan jasa VSI menciptakan nilai unggul dan sesuai kebutuhan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan fitur-fitur layanan jasa VSI sudah tepat sasaran dan menciptakan nilai unggul sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lain, selain itu pengembangan fitur-fitur tersebut sesuai dengan permintaan konsumen.

PT. Valuestream Internasional telah melakukan berbagai pengembangan fitur-fitur layanan jasa dari menambah biller pembayar, pengembangan kecepatan dalam melakukan transaksi hingga menciptakan virtual account sehingga konsumen nyaman dalam menggunakan produk-produk layanan jasa VSI tanpa harus antri dan menunggu lama di loket.

4.3.1.2 Focus

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Layanan Jasa Payment Online Pelanggan VSI Fokus Pada Segmen Tertentu (Differentiation)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
4	Layanan jasa payment online pelanggan VSI fokus pada segmentasi tertentu	Sangat Setuju	5	7	9,33	35	375
		Setuju	4	53	70,67	212	
		Ragu-ragu	3	14	18,67	42	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.8 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 70,67 %, menyatakan setuju bahwa layanan jasa payment online VSI fokus pada segmen tertentu. Hal ini menunjukka bahwa VSI fokus pada segmen-segmen tertentu dalam pengembangan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan kebijakan VSI yang hanya menggunakan bank-bank syariah dalam melakukan transaksi pembayaran jasa payment online.

PT. Valuestream Internasional telah fokus mengembangkan potensi bisnis umat dalam hal ini memajukan bisnis syariah, sehingga dalam setiap aspek bisnisnya selalu melibatkan perbankan syariah. Hingga saat ini ada 6 bank syariah yang terlibat kerjasama dengan PT. VSI dan puluhan koperasi-koperasi syariah yang terikat kerja sama dengan PT. VSI.

4.3.2 Deskriptif Variabel Strategi Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan suatu konsep utama yang berhubungan dengan teknologi yang nantinya akan mendukung suatu sistem. teknologi informasi meliputi konsep-konsep utama, pengembangan dan berbagai isu manajemen teknologi informasi yaitu hardware, software, jaringan, manajemen data dan banyak teknologi berbasis internet. perencanaan strategi sistem dan teknologi informasi merupakan analisis yang digunakan untuk merumuskan tujuan dan sasaran perusahan serta menentukan strategi yang memanfaatkan keunggulan sistem informasi dengan dukungan teknologi informasi dalam menunjang strategi bisnis dan memberikan perusahaan suatu keunggulan jangka panjang dalam bersaing dengan perusahaan lain. Untuk mengetahui seberapa baik strategi teknologi informasi PT. Valuestream Internasional dimata karyawan, dalam penelitian ini penulis membuat empat indikator yang harus diisi oleh para responden.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Strategi Teknologi Informasi

Indikator Strategi TI	Skor aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
Kontribusi Bisnis	293	375	78,13	Tinggi
Orientasi Pengguna	297	375	79,20	Tinggi
Keunggulan Operasi	293	375	78,13	Tinggi
Orientasi Masa Depan	297	375	79,20	Tinggi
Total	1180	1500		

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap strategi teknologi informasi, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\textbf{\% Skor Aktual} = \frac{\textbf{Skor aktual}}{\textbf{Skor Ideal}} = \frac{\textbf{1180}}{\textbf{1500}} = \textbf{78,67 \%}$$

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap strategi bisnis secara umum, maka dibuat pengkategorian dengan menghitung jarak interval untuk 4 pernyataan pada 75 responden, sebagai berikut :

Nilai Indeks Minimun = Skor Minimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 1x 4 x 75

= 300

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 5 x 4 x 75

= 1500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimun

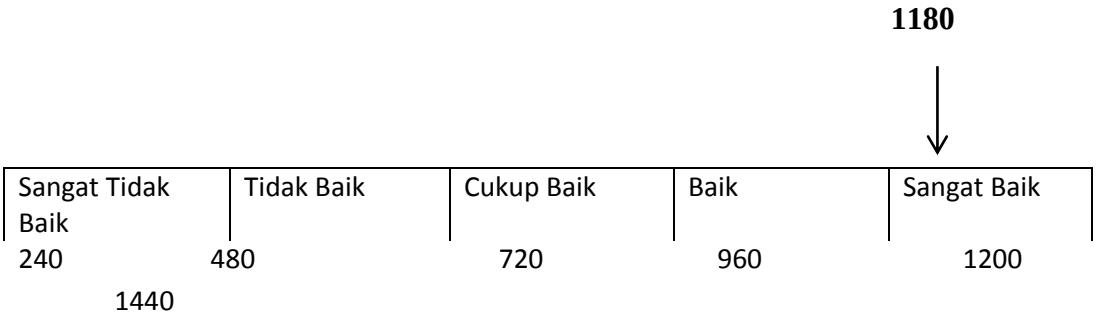
= 1500-300

= 1200

Jarak Interval = Jarak : Jenjang

= 1200 : 5

= 240



Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap strategi teknologi informasi di PT. Valuestream Internasional adalah 78,67%, hal ini menurut responden strategi teknologi informasi PT. Valuestream internasional sudah baik. Indikator strategi bisnis yang paling tinggi adalah orientasi pengguna dan arientasi masa depan yaitu sebesar 79,20 % dan paling terkecil adalah keunggulan operasi dan kontribusi bisnis yaitu sebesar 78,13 %. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden menyatakan strategi bisnis yang dikembangkan PT. Valuestream Internasional sudah baik.

Tabel 4.9- 4.12 akan menjelaskan lebih rinci dari tanggapan responden mengenai strategi bisnis PT. Valuestream Internasional, dalam penelitian ini penulis membuat empat pertanyaan yang harus diisi oleh para responden:

4.3.2.1 Kontribusi Bisnis

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Sistem IT oleh Departemen IT memberikan efektifitas operasional perusahaan (Kontribusi Bisnis)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
1	Pengembangan Sistem IT oleh departemen IT memberikan efektifitas bagi kegiatan operasional perusahaan	Sangat Setuju	5	8	10,67	40	375
		Setuju	4	53	70,67	212	
		Ragu-ragu	3	13	17,33	39	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.7 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 70,67 %, menyatakan setuju bahwa Pengembangan sistem IT oleh Departemen IT memberikan efektifitas operasional perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem IT oleh departemen IT mampu menciptakan operasional yang efektif sehingga pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen lebih baik dan pada jangka panjang akan memberikan kontribusi bisnis yang baik.

4.3.2.2 Orientasi Pengguna

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Sistem IT oleh Departemen IT memudahkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Orientasi Pengguna)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
2	Pengembangan sistem IT oleh departemen IT memudahkan dalam memberikan layanan kepada pelanggan	Sangat Setuju	5	14	18,67	70	375
		Setuju	4	45	60,00	180	
		Ragu-ragu	3	15	20,00	45	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.8 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 60%, menyatakan setuju bahwa pengembangan sistem IT oleh Departemen IT memberikan kemudahan dalam memberikan layan kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan pengembangan sistem IT di setiap departemen fokus pada kemudahan pelayanan pelanggan.Setiap aplikasi yang dikembangkan pada kecepatan pelayan pelanggan sehingga pelanggan akan merasakan kenyamanan dalam pelayanan. PT. VSI juga memberikan pelayanan 24 jam pada pelanggan.

4.3.2.3 Keunggulan Operasi

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Sistem IT oleh Departemen IT menciptakan efisiensi dalam pengelolaan finansial (Keunggulan Operasi)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
3	Pengembangan sistem IT oleh departemen IT menciptakan efisiensi dalam pengelolaan Finansial	Sangat Setuju	5	9	12,00	45	375
		Setuju	4	51	68,00	204	
		Ragu-ragu	3	14	18,67	42	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel 4.9 tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 51 orang atau sebesar 68 %, menyatakan setuju bahwa pengembangan sistem IT oleh Departemen IT menciptakan efisiensi dalam pengelolaan finansial. Pengembangan sistem IT pada PT. VSI menekankan operasional yang banyak dilakukan oleh sistem sehingga SDM hanya sebagai controlling. Hal ini akan memperkecil error dan kesalahan dalam pengerjaan. Selain itu pengembangan sistem IT memudahkan dalam mengontrol aktivitas pengerjaan, karena akan terekam / tersimpan secara sistematis, hal ini akan memperkecil kecurangan. Sehingga dengan demikian pengembangan sistem IT memberikan efisiensi dalam pengelolaan finansial.

4.3.2.4 Orientasi Masa Depan

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Sistem IT oleh Departemen IT menciptakan efisiensi dalam pengelolaan finansial (Orientasi Masa Depan)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
4	Pengembangan sistem IT oleh departemen IT merespon kebutuhan orientasi masa depan baik dari pelanggan maupun internal perusahaan	Sangat Setuju	5	13	17,33	65	375
		Setuju	4	48	64,00	192	
		Ragu-ragu	3	12	16,00	36	
		Tidak Setuju	2	2	2,67	4	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 48 orang atau sebesar 64 %, menyatakan setuju bahwa pengembangan sistem IT merespon kebutuhan orientasi masa depan baik dari pelanggan maupun internal perusahaan.

PT. Valuestream Internasional harus menyiapkan staf-staf TI untuk menghadapi tantangan masa depan, menyiapkan sejumlah aplikasi untuk masa depan dan melakukan usaha penelitian terhadap perkembangan teknologi informasi yang akan mendukung perkembangan usaha.

4.3.3 Deskriptif Variabel Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah wujud dari keberhasilan tim atau unit organisasi dalam mewujudkan sasaran stratejik yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja dipengaruhi oleh strategi perusahaan, baik itu strategi corporate, strategi bisnis

maupun strategi fungsional. Untuk mengetahui seberapa baik kinerja perusahaan PT. Valuestream Internasional dimata karyawan, dalam penelitian ini penulis membuat empat indikator yang harus diisi oleh para responden.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kinerja Perusahaan

Indikator Kinerja Perusahaan	Skor aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
Perspektif Keungan	283	375	75,47	Tinggi
Perpektif Konsumen	287	375	76,53	Tinggi
Perspektif Internal Proses	285	375	76,00	Tinggi
Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	280	375	74,67	Tinggi
Total	1135	1500		

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap strategi teknologi informasi, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\textbf{\% Skor Aktual} = \frac{\textbf{Skor aktual}}{\textbf{Skor Ideal}} = \frac{\textbf{1135}}{\textbf{1500}} = \textbf{75,67 \%}$$

Untuk mengkategorikan penilaian responden terhadap strategi bisnis secara umum, maka dibuat pengkategorian dengan menghitung jarak interval untuk 4 pernyataan pada 75 responden, sebagai berikut :

Nilai Indeks Minimun = Skor Minimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 1x 4 x 75

= 300

Nilai Indeks Maksimum = Skor Maksimum x Jumlah pernyataan x Responden

= 5 x 4 x 75

= 1500

Interval = Nilai Indeks Maksimum - Nilai Indeks Minimun

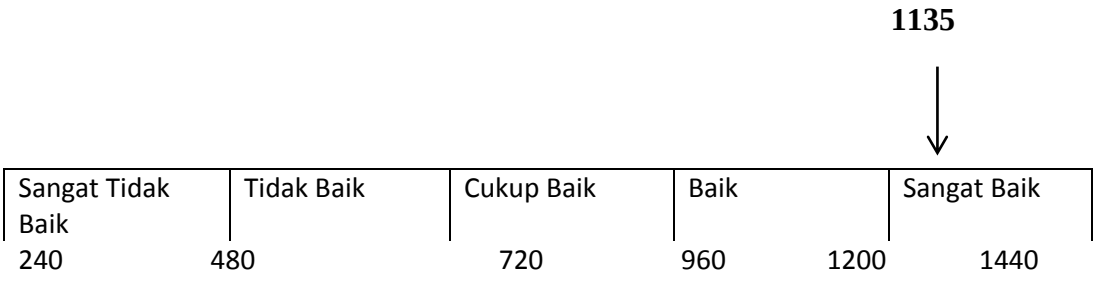
= 1500-300

= 1200

Jarak Interval = Jarak : Jenjang

= 1200 : 5

= 240



Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator Kinerja perusahaan PT. Valuestream Internasional adalah 75,67%. Hal ini menunjukkan kinerja perusahaan PT. Valuestream Internasional baik. Skor aktual terbesar dari indikator diatas adalah perspektif konsumen sebesar 76,53 % sedangkan skor aktual yang terkecil adalah perspektif pembelajaran dan pertumbuhan sebesar 74,67%.

PT. Valuestream internasional harus meningkatkan kinerja di bidang perpektif keuangan yaitu dengan melihat tahapan siklus bisnis. PT Valuestream Internasional saat ini berada tahap bertahan dimana PT. Valuestream Internasional harus mempertahankan pangsa pasar yang ada, melakukan pengembangan usaha, melakukan perbaikan operasional dan investasi. Sasaran keuangan lebih diarahkan pada besarnya pengembalian keuangan.

Tabel 4.15- 4.18 akan menjelaskan lebih rinci dari tanggapan responden mengenai strategi bisnis PT. Valuestream Internasional, dalam penelitian ini penulis membuat empat pertanyaan yang harus diisi oleh para responden:

4.3.3.1 Perspektif Keuangan

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi mendorong peningkatan laba dan efektifitas biaya (Perspektif Keuangan)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
1	Strategi bisnis dan strategi Teknologi informasi yang diterapkan perusahaan mendorong pada peningkatan laba dan efektifitas biaya	Sangat Setuju	5	10	13,33	50	375
		Setuju	4	39	52,00	156	
		Ragu-ragu	3	25	33,33	75	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari tabel diatas mayoritas responden setuju bahwa strategi bisnis dan strategi teknologi informasi PT. Valuestream Internasional mendukung peningkatan laba dan efektifitas biaya yaitu 39 responden atau 52%

Pengukuran kinerja keuangan akan menunjukkan apakah perencanaan dan pelaksanaan strategi memberikan perbaikan yang mendasar bagi keuntungan perusahaan. Perbaikan-perbaikan ini tercermin dalam sasaran-sasaran yang secara khusus berhubungan dengan keuntungan yang terukur, pertumbuhan usaha, dan nilai pemegang saham.

4.3.3.2 Perspektif Konsumen

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi Memberikan Peningkatan Costumer, Perluasan Pangsa Pasar dan Segmentasi Pasar
(Perspektif Konsumen)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
2	Strategi bisnis dan strategi Teknologi informasi yang diterapkan perusahaan memberikan peningkatan costumer dan perluasan pangsa dan segmentasi pasar	Sangat Setuju	5	11	14,67	55	375
		Setuju	4	42	56,00	168	
		Ragu-ragu	3	20	26,67	60	
		Tidak Setuju	2	2	2,67	4	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari tabel diatas mayoritas responden setuju strategi bisnis dan strategi Teknologi Informasi memberikan peningkatan costumer, perluasan pangsa pasar dan segmentasi pasar yaitu 42 responden atau 56%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pelanggan, pangsa pasar dan segmentasi pasar beberapa tahun terakhir.

Pengukuran kinerja perspektif konsumen mengidentifikasi pelanggan dan segmen pasar dimana unit bisnis tersebut akan bersaing dengan berbagai ukuran kinerja unit bisnis di dalam sasaran masing-masing.

4.3.3.3 Perspektif Internal Proses

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi Memberikan Inovasi, Proses Operasional dan Layanan Purna Jual yang Efektif
(Perspektif Internal Proses)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
3	Strategi bisnis dan strategi Teknologi informasi yang diterapkan perusahaan memberikan inovasi, proses operasional dan layanan purna jual yang efektif dan efisien	Sangat Setuju	5	9	12,00	45	375
		Setuju	4	43	57,33	172	
		Ragu-ragu	3	22	29,33	66	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari tabel diatas mayoritas responden setuju strategi bisnis dan strategi Teknologi Informasi memberikan inovasi, proses operasional dan layanan purna jual yang efektif dan efisien yaitu 43 responden atau 57,33%. Hal ini menunjukkan penerapan strategi bisnis dan strategi teknologi informasi mendukung inovasi, proses operasional dan layanan purna jual yang lebih baik .

Perencanaan strategi yang diterapkan PT. Valuestream Internasional dalam hal inovasi harus mengidentifikasi kebutuhan pasar dan menciptakan produk payment online untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.Sedangkan dalam proses operasi PT. Valuestream Internasional harus memberikan solusi kepada pelanggan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Pengembangan fitur-fitur payment online yang bisa di akses melalui perangkat komunikasi baik melalui hand phone atau internet adalah salah satu dari solusi yang diberikan PT. Valuestream Internasional. Dan dalam pelayanan purna jual, PT Valuestream

Internasional harus memberikan manfaat tambahan kepada para pelanggan yaitu layanan 24 jam melalui call center yang dapat dihubungi kapan pun apabila terjadi problem dalam pembayaran jasa payment online.

4.3.3.4 Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi Peningkatan Kapabilitas, Kemampuan dalam Mengolah Sistem Informasi dan Aktualisasi Pada Karyawan
(Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total	Skor Ideal
4	Perusahaan meningkatkan kapabilitas, kemampuan dalam mengolah sistem informasi dan aktualisasi pada karyawan	Sangat Setuju	5	7	9,33	35	375
		Setuju	4	42	56,00	168	
		Ragu-ragu	3	25	33,33	75	
		Tidak Setuju	2	1	1,33	2	
		Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0	

Dari tabel diatas mayoritas responden setuju strategi bisnis dan strategi Teknologi Informasi meningkatkan kapabilitas, kemampuan dalam mengolah sistem informasi dan aktualisasi pada karyawan yaitu 42 responden atau 56%. Hal ini menunjukkan penerapan strategi bisnis dan strategi teknologi mendukung dalam meningkatkan kapabilitas karyawan, kemampuan karyawan dalam mengolah sistem informasi dan aktualisasi diri pada karyawan .

Proses meningkatkan kapabilitas karyawan yaitu dengan pengembangan sistem IT pada PT. Valuestream Internasional, hal ini banyak pekerjaan yang diotomasi sehingga karyawan dituntut untuk lebih mengerti teknologi informasi. Sedangkan Kemampuan dalam mengolah sistem informasi dalam hal ini

ketepatan dalam memberikan informasi tentang pelanggan, proses internal bisnis, keuangan dan keputusan. Dalam Hal ini karyawan dituntut untuk dapat merespon dengan cepat pengmbangan sistem IT akan membantu dalam hal ini. Dan dalam hal aktualisasi karyawan adalah mendorong karyawan untuk lebih berpartisipasi dalam melakukan proses perbaikkan baik itu memberikan saran atau kritik.

4.3.4 Pengujian Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil analisis terhadap instrumen penelitian (kuesioner) dan selanjutnya analisis penskalaan, maka dari data yang diperoleh tersebut akan dipergunakan untuk menganalisa dan menguji rumusan hipotesis penelitian dengan menggunakan Structurall Equation Modeling (SEM). Data yang diolah dengan SEM ini adalah data hasil kuesioner tanggapan responden karyawan tentang variabel Strategi Bisnis, Strategi Teknologi Informasi dan Kinerja Karyawan.

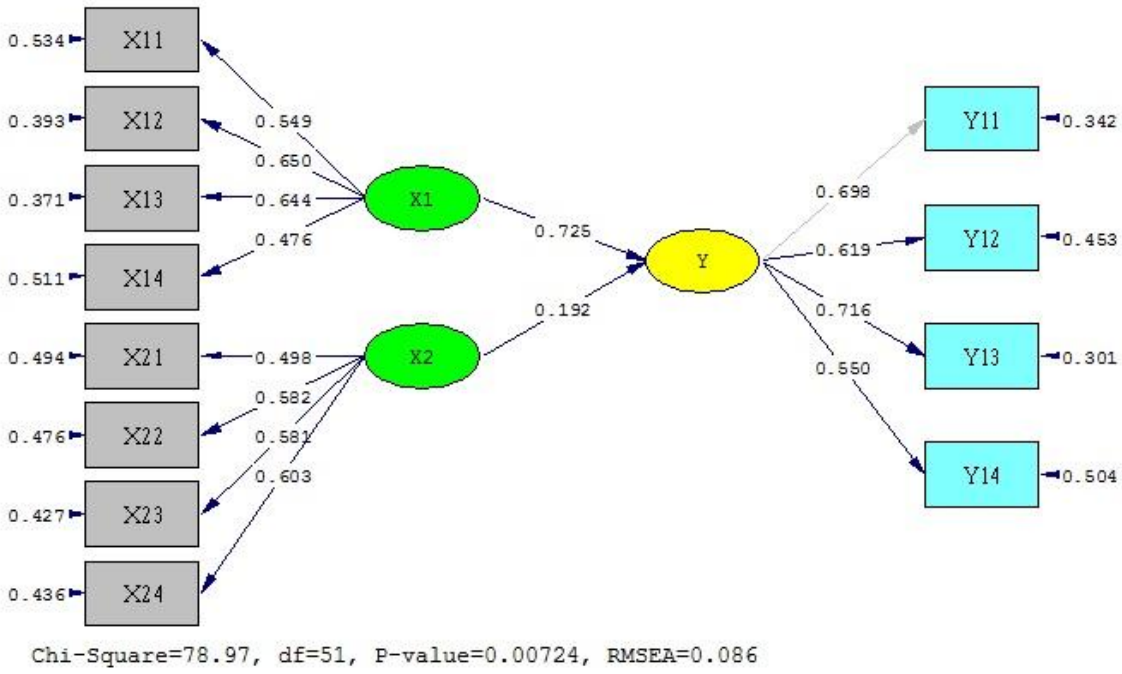
Dalam structural equation modeling ada dua jenis model yang terbentuk, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran menjelaskan proporsi variance masing-masing variabel manifes (indikator) yang dapat dijelaskan di dalam variabel laten. Dari model pengukuran akan diketahui indikator mana yang signifikan dalam pembentukkan variabel laten sebagai indikasi valid tidaknya indikator yang bersangkutan dalam mengukur varibel laten. Selain menguji signifikansi variabel manifes, pada model pengukuran juga dapat dicari nilai construct reliability yang menunjukkan apakah sekumpulan variabel manifes tersebut memiliki derajat kesesuaian yang tinggi dalam membentuk variabel laten. Batas terendah nilai construct reliability yang masih

dapat diterima adalah 0,7 (Hair et al, 1998;612) dan batas nilai variance extracted yang masih dapat diterima adalah 0,5 (Hair et al, 1998;612)

Setelah model pengukuran masing-masing variabel laten diuraikan selanjutnya dijabarkan model struktural yang akan mengkaji pengaruh masingmasing variabel laten independen (exogen latent variable) terhadap variabel laten dependen (endogen latent variable).

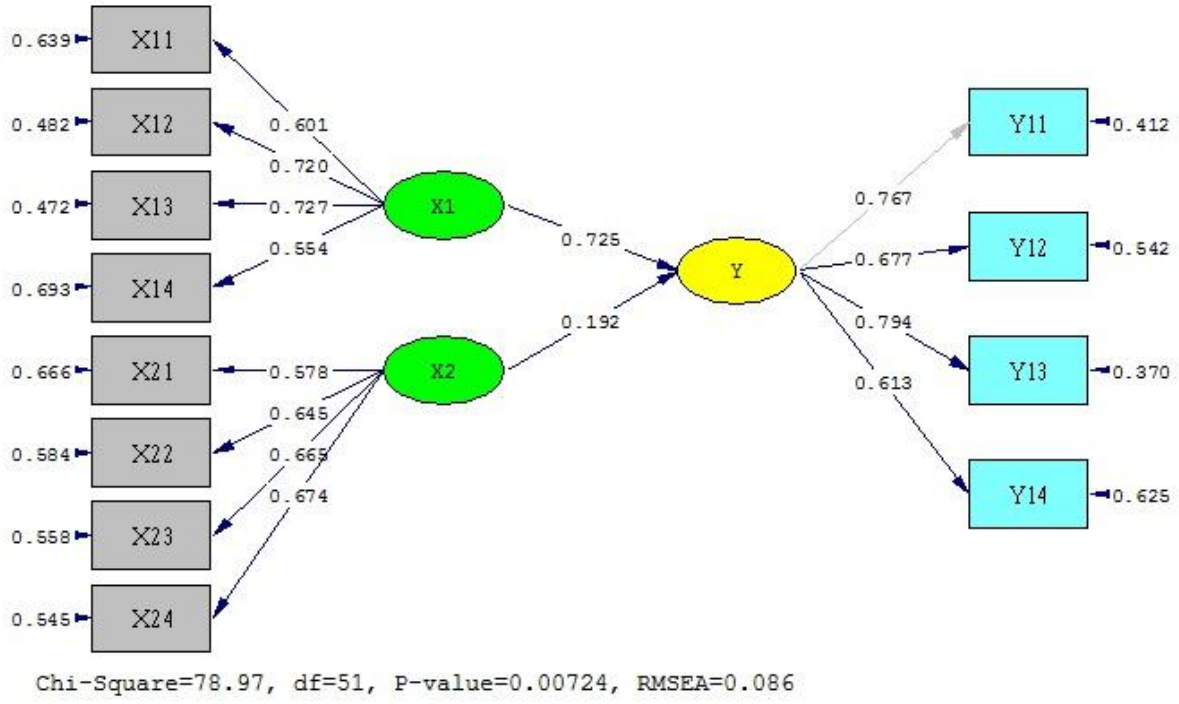
4.3.4.1 Uji Kecocokan Model

Terdapat tiga jenis uji kecocokan model, yaitu uji kecocokan keseluruhan model, uji kecocokan model pengukuran, dan uji kecocokan model struktural

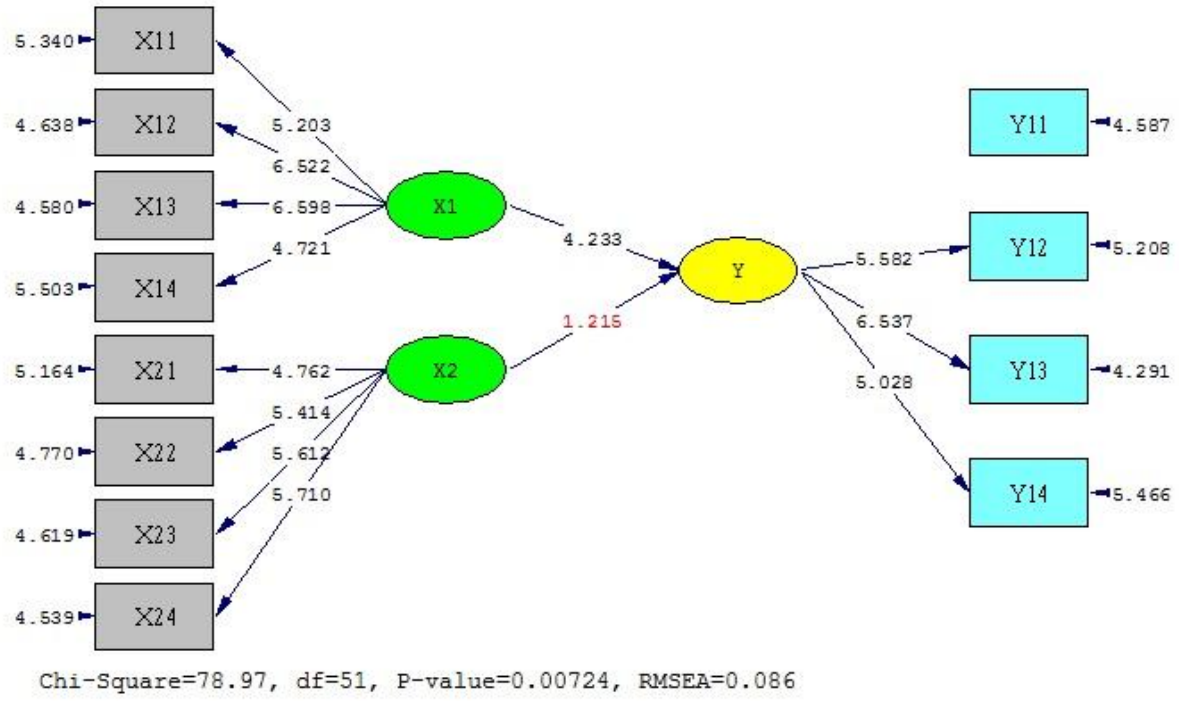


Gambar 4.6

Basic Estimate Model



Gambar 4.7
Basic Model Standardized Solution



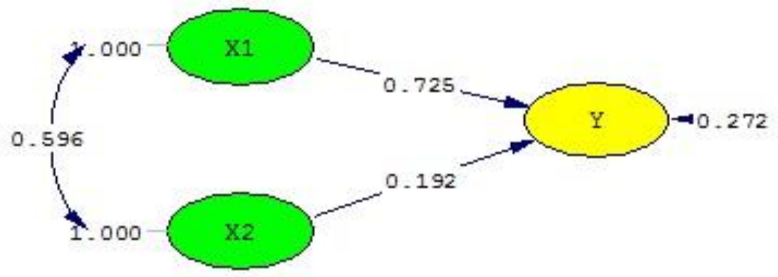
Gambar 4.8
Basic Model T-Values

4.3.4.2 Persamaan Struktural dan Diagram Jalur

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program LISREL 8.70, terdapat substruktur persamaaan, yaitu:

```
Y = 0.725*X1 + 0.192*X2, Errorvar.= 0.272 , R² = 0.728
   (0.171)     (0.158)              (0.124)
    4.233       1.215                2.186
```

Berikut ini adalah diagram jalur yang menggambarkan pengaruh strategi bisnis, strategi teknologi informasi dan kinerja perusahaan.



Gambar 4.10

Diagram jalur hasil analisis : *Structural Equation Modelling*

4.3.4.3 Uji Kesesuian Model

Pengujian model diperlukan untuk menentukan apakah model yang diajukan sesuai (*fit*) atau konsisten dengan data atau tidak. Pengujian model dilakukan dengan cara membandingkan matrik korelasi teoritis dengan matrik korelasi empirisnya. Jika kedua matrik tersebut sesuai, maka model teoritis yang diajukan tersebut dapat disimpulkan diterima secara sempurna.

Dalam program Lisrel, disamping membandingkan matrik korelasi atau kovarian untuk uji kesesuain (*Goodness of fit)* disediakan juga indeks-indeks kesesuain sehingga peneliti tinggal menganalisis apakah model yang diajukan dapat diterima atau tidak. Tabel berikut ini akan menampilkan hasil uji kesesuain model dalam penelitian ini.

Tabel 4.19
Hasil Uji Kecocokan Model

Goodness of-fit index	**Cut off Value**	**Hasil Analisis**	**Evaluasi**
x^2 *– Chi-square* P	Diharapkan kecil P ≥ 0,05	79.819 P = 0.00608	Kurang Baik
NCP	Nilai Kecil	27.974	Kurang baik
RMSEA	≤0,05 (Close Fit) 0,05≤RMSEA≤0,08 (Good Fit) 0,08≤RMSEA≤0,10 (Marginal Fit) ≥ 0,10 (Poor Fit)	0.08	Baik
ECVI	Mendekati ECVI saturated M= Model, S=Saturated, I= Independen	M = 2,17 S= 2,10 I = 9,34	Baik
AIC	Mendekati AIC saturated M= Model, S=Saturated, I= Independen	M=132.974 S = 156.000 I = 691.226	Baik
CAIC	Mendekati CAIC saturated	M = 222.547	Baik

	M= Model, S=Saturated, I= Independen	I = 731.036 S = 414.764	
NFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥NFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.880	Cukup Baik
NNFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥NNFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.938	Baik
CFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥CFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.952	Baik
IFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥CFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.953	Baik
RFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥CFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.845	Baik
RMR	≤0,05	0.0724	Kurang Baik
GFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥GFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.849	Cukup Baik
AGFI	≥0,90 (Good Fit) 0,90≥AGFI≥0,80 (Marginal Fit)	0.769	Kurang Baik

Tabel 4.18 diatas menunjukkan bahwa terdapat empat ukuran derajat kurang baik(*poor fit*), dua ukuran derajat kecocokan yang cukup baik (*marginal fit*) dan delapan ukuran kecocokan yang baik (*good fit*), sehingga dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model adalah baik.

Hasil uji kesesuaian dalam penelitian untuk model yang sedang dikembangkan ini diperoleh tingkat signifikansi untuk uji perbedaan adalah chisquare sebesar 0.00 dengan nilai probabilitas sebesar 1.00 yang berada diatas signifikansi 0,05. Angka ini menunjukkan hipotesa nol yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara matrik kovarians sample dan matriks kovarians populasi yang diestimasi tidak dapat ditolak dan karena itu hipotesa nol diterima. Dan nilai indeks RMSEA sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0.08 memberikan konfirmasi yang cukup bahwa model ini dapat diterima karena berada pada rentang nilai yang diharapkan.

4.3.4.4 Uji Kecocokan Model Pengukuran

a. Strategi Bisnis

Pengujian validitas dan reliabilitas variabel strategi bisnis dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut ini :

Tabel 4.20
Validitas dan Reabilitas Strategi Bisnis

Indicators	Standardized Loading Factors	Standardized Loading Factors^2	T-value	Error Variance
X11	0,60	0,36	5,20	0,53
X12	0,72	0,52	6,52	0,39
X13	0,73	0,53	6,60	0,37
X14	0,55	0,31	4,72	0,51
Total	2,60	1,72		1,809
	Construct Reliability	0,7891		
	Variance Extracted	0,4867		

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa terdapat empat variabel manifes atas variabel strategi bisnis lolos uji validitas karena telah memenuhi

persyaratan, yaitu nilai *Standardized Loading Factors* ≥ 0,50 dan T-Values ≥ 1,96

Selanjutnya uji reabilitas variabel strategi bisnis mengahsilkan nilai yang baik pula. Dapat dilihat bahwa nilai *Construct Reability* sebesar 0,79 ≥ 0,70 *Variance Extracted* yang diperoleh dari keempat indikator variabel strategi bisnis sebesar 0,49. Hal tersebut menandakan bahwa sebesar 49 % informasi yang terkandung dalam variabel manifes (indikator) dapat terwakili dalam variabel strategi bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi bisnis memiliki reabilitas yang baik.

b. Strategi Teknologi Informasi

Pengujian validitas dan reliabilitas variabel strategi teknologi informasi dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut ini :

Tabel 4.21
Validitas dan Reabilitas Strategi Teknologi Informasi

Indicators	Standardized Loading Factors	Standardized Loading Factors^2	T-value	Error Variance
X21	0,58	0,33	4,76	0,33
X22	0,65	0,42	5,41	0,42
X23	0,67	0,44	5,61	0,44
X24	0,67	0,45	5,71	0,45
Total	2,562	1,65		1,637
	Construct Reliability	0,8004		
	Variance Extracted	0,5015		

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa terdapat empat variabel manifes atas variabel strategi teknologi informasi lolos uji validitas karena telah memenuhi persyaratan, yaitu nilai *Standardized Loading Factors* ≥ 0,50 dan T-Values ≥ 1,96

Selanjutnya uji reabilitas variabel strategi teknologi informasi menghasilkan nilai yang baik pula. Dapat dilihat bahwa nilai *Construct Reability* sebesar 0,80 ≥ 0,70 *Variance Extracted* yang diperoleh dari keempat indikator variabel strategi teknologi informasi sebesar 0,50. Hal tersebut menandakan bahwa sebesar 50 % informasi yang terkandung dalam variabel manifes (indikator) dapat terwakili dalam variabel strategi teknologi informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel strategi teknologi informasi memiliki reabilitas yang baik.

c. Kinerja Perusahaan

Pengujian validitas dan reliabilitas variabel kinerja perusahaan dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut ini :

Tabel 4.22
Kinerja Perusahaan

Indicators	Standardized Loading Factors	Standardized Loading Factors^2	T-value	Error Variance
X31	0,58	0,33		0,34
X32	0,65	0,42	5,58	0,45
X33	0,67	0,44	6,54	0,30
X34	0,67	0,45	5,03	0,50
Total	2,562	1,65		1,6
	Construct Reliability	0,8040		
	Variance Extracted	0,5072		

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa terdapat empat variabel manifes atas variabel kinerja perusahaan lolos uji validitas karena telah memenuhi persyaratan, yaitu nilai *Standardized Loading Factors* ≥ 0,50 dan T-Values ≥ 1,96

Selanjutnya uji reabilitas variabel kinerja perusahaan menghasilkan nilai yang baik pula. Dapat dilihat bahwa nilai *Construct Reability* sebesar 0,80 ≥ 0,70 *Variance Extracted* yang diperoleh dari keempat indikator variabel kinerja perusahaan sebesar 0,50. Hal tersebut menandakan bahwa sebesar 50 % informasi yang terkandung dalam variabel manifes (indikator) dapat terwakili dalam kinerja perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja perusahaan memiliki reabilitas yang baik.

4.3.4.5 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program LISREL 8.70, terdapat substruktur persamaaan, yaitu:

```
Y = 0.725*X1 + 0.192*X2, Errorvar.= 0.272 , R² = 0.728
          (0.171)    (0.158)              (0.124)
           4.233      1.215                2.186
```

Berdasarkan hasil analisis tampak bahawa koefisien determinasi (R^2)sebesar 0.728 berarti bahwa variabel kinerja perusahaan dapat diterangkan oleh variabel bebas X_1 (strategi bisnis) dan X_2 (strategi teknologi informasi). Dan pengaruh variabel di luar model sebesar 27,2 % (errorvar = 0.272)

a. Uji Simultan (Keseluruhan)

Kemudian untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang kuat secara simultan/keseluruhan antara kualitas kinerja kinerja jasa dan reputasi perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat dilihat dari hasil uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{yxk}}{k(1-R^2_{yxk})}$$

$$F = \frac{(75\text{-}2\text{-}1)0.72}{2(1\text{-}0.72)} = 92{,}57$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 92.57 dimana kriteria penolakan H_0 jika F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} atau $F_0 > F_\alpha$ 1, n-3, dengan mengambil taraf signifikansi (α) sebesar 5% maka dari tabel distribusi F didapat nilai F_{tabel} untuk $F_{0.05,1,72}$ = 3,97. Dikarenakan 92,57 lebih besar dari 3,97 maka H_0 ditolak. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan secara linear antara strategi bisnis, strategi teknologi informasi dan kinerja perusahaan. Atau dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara strategi bisnis dan strategi teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan sebesar koefisien determinasi (R^2) = 0,728 atau 72,8 % dan pengaruh variabel diluar model sebesar 27,2 %.

Hal ini sesuai dengan penelitian Oo Harsono (2010) yang menyatakan strategi bisnis dan strategi teknologi informasi bersama-sama mempengaruhi kinerja secara positif.

b. Uji Parsial (Terpisah)

Uji parsial untuk mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yang di uji t. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Kriteria penolakan H0, jika t hitung lebih besar dari t tabel atau t0>tα 1,n-3

1. Untuk koefisien jalur X_1 = 0,725 diperoleh nilai thitung sebesar 4,233 dengan mengambil taraf signifikan α sebesar 5% = 1,993. maka nilai t_{tabel} atau $t_{0.05.94}$ = 1.993, Dikarenakan t_{hitung} = 4,233 lebih besar dari t_{tabel} = 1,993 (t_{hitung} = 4,233 > t_{tabel} = 1,993). Maka H0 ditolak atau dengan kata lain strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Y_1) sebesar 70,9%.

   Strategi Bisnis mempengaruhi kinerja perusahaan hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Hadjimanolis (2000), Hankinson (2000), dan Bacherer dan Maeur (1998)

2. Untuk koefisien jalur X2 = 0.192, diperoleh nilai t hitung sebesar 3.212 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0.05.94}$ = 1,993, sehingga dikarenakan t_{hitung} = 1.215 lebih kecil dari t tabel = 1,993, maka H_0 diterima atau dengan kata lain strategi teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Y_1) sebesar 26,9%

   Hipotesa ini berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu Itami dan Numagami (1992) dan Pulungan Peranginangin (2013). Benar dan tidaknya hipotesis tidak ada hubungannya dengan terbukti atau tidaknya hipotesis tersebut. Sugiyono (2001: 88) menyatakan bahwa dalam menaksir populasi berdasarkan data sampel kemungkinan akan terdapat dua kesalahan, yaitu:

1. Kesalahan Tipe I adalah suatu kesalahan bila menolak hipotesis nol (Ho) yang benar (seharusnya diterima). Dalam hal ini tingkat kesalahan dinyatakan dengan a (baca alfa).

2. Kesalahan tipe II, adalah kesalahan bila menerima hipotesis yang salah (seharusnya ditolak). Tingkat kesalahan untuk ini dinyatakan dengan b(baca betha).

Dalam penelitian ini hipotesa ditolak karena penelitian ini berupa studi kasus. Agar mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang makna yang berada dibalik obyek yang diteliti, Denzin dan Lincoln (1994) menyatakan bahwa penelitian studi kasus harus dilaksanakan pada kondisi alami. Guba dan Lincoln (1985) menyebut pendekatan penelitian yang demikian sebagai pendekatan naturalistik.

Pemilihan sampel dan kasus penelitian yang digunakan merupakan hal yang harus diperhatikan untuk mencapai tujuan penelitian dan pengembangan teori yang optimal. Ketika tujuan yang hendak dicapai ialah memperoleh sebanyak dan sekaya mungkin informasi tentang fenomena khusus tertentu, metode representatif atau pengambilan sampel random bukanlah jalan yang tepat karena akan menghasilkan pengetahuan yang rata-rata dan secara umum sama. Dalam hal ini, studi kasus dengan pemilihan kasus yang ekstrem dapat menjadi pilihan yang tepat karena membuat peneliti mampu mengekplorasi lebih mendalam mengenai aktor yang terlibat,situasi yang terjadi, serta

mekanisme yang menyebabkan kondisi tersebut terjadi (Flvybjorg, 2011:307).

4.3.4.6 Hubungan Korelasi Antar Variabel

Correlation Matrix of Y and X

	Y	X1	X2
Y	1.000		
X1	0.839	1.000	
X2	0.624	0.596	1.000

Berdasarkan hasil *correlation matrix* dapat dilihat bahwa terdapat hubungan korelasi yang cukup kuat antara ketiga variabel tersebut, berikut penjelasanya:

1) Terdapat hubungan yang kuat antara variabel strategi bisnis (X_1) dengan strategi teknologi informasi (X_2) sebesar 0.596, artinya bahwa jika strategi bisnis mengalami kenaikan maka strategi teknologi informasi pun akan ikut naik dan begitupun sebaliknya.
2) Terdapat hubungan yang sangat kuat antara strategi bisnis (X_1) dengan kinerja perusahaan (Y_1) yaitu sebesar 0.839, artinya jika strategi bisnis mengalami kenaikan maka kinerja perusahaan akan ikut naik dan begitupun sebaliknya.
3) Terdapat hubungan yang kuat antara strategi teknologi informasi (X_2) dengan kinerja perusahaan (Y_1) yaitu sebesar 0.624, artinya jika strategi teknologi informasi mengalami kenaikan maka kinerja perusahaan akan ikut naik dan begitupun sebaliknya.

4.3.4.7 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Hasil pengolahan dengan menggunakan menggunakan program LISREL disamping dapat menggambarkan diagram jalur juga mengahsilkan analisis pengaruh langsung dan tidak langsung, berikut adalah hasilnya:

a. Pengaruh Langsung

1) DE11 X1→Y1 = 0.725

Artinya : pengaruh variabel strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan secara langsung adalah sebesar 0. 725. Ini dapat di interpretasikan bahwa setiap kenaikan satu simpangan baku dalam nilai X1 secara rata-rata akan meningkatkan nilai Y1 sebesar 0. 725 simpangan baku.

2) DE12 X2→Y1 = 0. 192

Artinya : pengaruh variabel strategi teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan secara langsung adalah sebesar 0192. Ini dapat di interpretasikan bahwa setiap kenaikan satu simpangan baku dalam nilai X2 secara rata-rata akan meningkatkan nilai Y1 sebesar 0.192 simpangan baku.

b. Pengaruh Tidak Langsung

IDE X1→ Y= (0.6) (0.19) = 0.114

Artinya : pengaruh variabel strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan secara tidak langsung adalah sebesar 0.114. Ini dapat di

interpretasikan bahwa setiap kenaika satu simpangan baku dalam nilai X1 secara rata-rata akan meningktakan nilai Y sebesar 0.114 simpangan baku.

c. Total Effect X dan Y

TE : DE + IE = (0.725)+(0.114) = 0.839

Artinya : pengaruh variabel strategi bisnis dan strategi teknologi informasi terhadap kinerja perusahaan secara total adalah sebesar 0.84. Ini dapat di interpretasikan bahwa setiap kenaika satu simpangan baku dalam nilai strategi bisnis dan strategi teknologi informasi secara rata-rata akan meningkatkan nilai kinerja perusahaan sebesar 0.84 simpangan baku.