

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi sudah tidak bisa terbendung lagi, menuntut setiap orang harus siap menghadapi kemajuan informasi dan teknologi yang berkembang sangat pesat. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada perubahan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, politik, dan budaya, dan dampak pada perubahan gaya hidup, termasuk pola dan metode konsumsi menjual dan berbelanja masyarakat. Di era ini, orang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk membeli dan/atau menjual barang dan/atau jasa melalui internet. Fenomena ini dikenal sebagai perdagangan elektronik atau lebih dikenal dengan *e-commerce*.

E-Commerce kini telah menjadi salah satu sarana penting dalam dunia perdagangan pada umumnya baik dalam kegiatan pemasaran maupun penjualan produk dan jasa. Perkembangan ini didorong dengan semakin berkembangnya teknologi Informasi di berbagai sektor dan banyaknya masyarakat yang mengakses internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) dikutip dari Kompas.com (16/05/2019), jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2018 lalu, ialah sebanyak 10,12 persen dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia dan sebanyak 171,17 juta atau sekitar 64,8 persen telah terhubung dengan internet.

E-Commerce kini tidak hanya digunakan oleh dunia industri atau perusahaan untuk mempermudah transaksi jual beli dengan tujuan meningkatkan keuntungan atau laba. *E-Commerce* juga digunakan oleh pemerintahan berupa *E-Government*, yaitu penggunaan teknologi informasi dan secara umum dan penggunaan *e-commerce* secara khusus untuk; 1) menyediakan akses bagi masyarakat dan organisasi pada informasi dan jasa pemerintahan dan 2) distribusi jasa publik pada masyarakat, patner bisnis dan yang bekerja pada bidang sektor publik. *e-government* merupakan cara yang efisien dan efektif dalam melakukan transaksi bisnis dengan masyarakat dan pelaku bisnis, termasuk transaksi dalam pemerintahan itu sendiri. *e-government* juga dapat dikatakan sebagai model *e-commerce* dalam hal ini entitas pemerintah membeli atau menyediakan barang, jasa atau informasi untuk masyarakat individual dan para pelaku bisnis. Salah satu contohnya ialah SIPLah (Sistem Informasi Pengadaan di Sekolah).

Di pertengahan tahun 2019 lalu, pemerintah dalam Keputusan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 250/M/2019 Tentang Pengadaan Barang Dan Jasa di Sekolah Yang Bersumber Dari Dana Bantuan Operasional Sekolah, pemerintah menerbitkan sebuah aplikasi yang dinamakan SIPLah.



Sumber : <https://siplah.kemdikbud.go.id/img>

Gambar 1.1. Logo SIPLah (Sistem Informasi Pengadaan di Sekolah)

SIPLah merupakan suatu aplikasi pengadaan barang dan jasa yang dapat menjembatani antara pihak sekolah sebagai pembeli dan pihak usaha sebagai penyedia barang/jasa, yang berada dalam pengawasan pemerintah. Tujuan dari keberadaan aplikasi ini adalah untuk mempermudah pengadaan barang dan jasa di sekolah dan juga untuk mengatasi kendala-kendala yang dialami pihak sekolah dalam proses pengadaan barang dan jasa yang dilakukan secara *offline*, yang dimana alurnya adalah pihak penyedia akan melakukan penawaran secara langsung kepada pihak sekolah dan melakukan negosiasi sampai proses pembelian yang dilakukan oleh kedua pihak secara langsung, hal tersebut tentu menjadikan proses transaksi menjadi lebih lambat.



Sumber : Dok. Bahan Paparan SIPLah 13 Desember 2019

Gambar 1.2. Kendala di Sekolah Mengenai PBJ Offline

Menurut Raeni Dwi Santy dan Siti Daniyah Atika (2019:94) Dalam pemilihan produk, konsumen terlebih dahulu memilih kriteria yang didapat dari penjual, media informasi, dan pengalaman secara umum. Apabila konsumen tidak mengenali suatu produk dari kualitas produknya maka konsumen akan menebak-nebak tentang informasi suatu produk, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan adanya aplikasi SIPLah, sekolah sebagai pembeli akan dimudahkan dalam mencari produk yang diperlukan dan dapat mendapatkan

informasi dengan lebih cepat dan lengkap, sehingga sekolah tidak akan terlalu lama memilah untuk menjatuhkan keputusan membeli.

Tujuan lainnya dari diterapkannya aplikasi ini adalah untuk mendorong Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pendidikan ataupun di bidang penyedia perlengkapan sekolah untuk bisa turut serta memasarkan produknya ke pasar nasional. Dengan adanya aplikasi SIPLah ini, diharapkan akan memudahkan UMKM yang terkendala keterbatasan Informasi tentang keberadaan sekolah dan kendala administrasi. Melalui SIPLah penyedia akan mendapatkan kepastian pembeli, karena data sekolah sudah terverifikasi oleh Kemendikbud melalui Data Pokok Pendidikan (Dapodik). Penyedia (UMKM) juga akan mendapatkan kepastian pembayaran, karena sekolah hanya bisa berbelanja sesuai anggaran dana BOS yang dimiliki dan segala transaksi dan negoisasi terekam pada aplikasi ini.

Ada berbagai macam perlengkapan sekolah yang dapat dijual melalui aplikasi ini diantaranya buku, komputer, alat praktek, alat tulis kantor, jasa perbaikan AC, jasa pertukangan, dan sebagainya sesuai dengan peruntukan dan ketentuan hukum. Salah satu jenis barang yang paling sering dibeli dan bahkan menjadi pembelian wajib di semua sekolah adalah buku.

Saking pentingnya buku bagi pendidikan, berdasarkan Permendikbud No.3/2019 tentang Juknis BOS Reguler, sekolah diwajibkan menggunakan maksimal 20% dari dana BOS Reguler untuk membeli buku teks utama untuk pelajaran dan panduan guru sesuai dengan kurikulum. Buku teks utama bagi

peserta didik dibeli untuk memenuhi rasio 1 (satu) buku untuk tiap peserta didik pada tiap mata pelajaran atau tema.

Melihat hal itu, penerbit sebagai usaha yang bergerak dibidang pengadaan barang sekolah ialah buku, tentu mendapat kesempatan untuk bisa menjual produk mereka dengan kuantitas besar kepada sekolah, selain itu, penerbit juga mendapat kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar mereka untuk bisa memaksimalkan peluang tersebut maka penerbit haruslah bisa mengadopsi penggunaan *e-commerce* secara maksimal melalui aplikasi ini dengan memperhatikan faktor-faktor yang mungkin dapat mempengaruhi penerbit untuk dapat mengadopsi aplikasi ini.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Nurvriyanti (2012:207) ditunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi adopsi *e-commerce*, diantaranya kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal. Atas dasar penelitian tersebut, penulis berminat untuk melakukan penelitian serupa terhadap sejumlah penerbit untuk mengetahui pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat adopsi *e-commerce* SIPLah.

Faktor yang pertama ialah kesiapan organisasi. Nurvriyanti (2012) dalam Nurlinda (2019:451) kesiapan organisasi dipengaruhi oleh beberapa indikator, diantaranya ketersediaan sumber finansial, kesiapan menerima resiko dari pemanfaatan *e-commerce*, komitmen pimpinan, kesadaran menerima perubahan dan perkembangan teknologi informasi.

Berdasarkan dari paparan latar belakang diatas, penulis melakukan survei terhadap 23 penerbit yang telah terdaftar sebagai anggota Ikatan Penerbit Indonesia Jawa Barat (IKAPI JABAR) yang berada di wilayah kabupaten Bandung.

Tabel 1.1. Hasil Survei Awal Variabel Kesiapan Organisasi Pada Penerbit di Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah usaha Anda memiliki kesiapan (finansial) untuk menerapkan aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah ?	16 69,6%	7 30,4%
2	Apakah Anda berkomitmen untuk dapat mengadopsi aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah ?	13 56,5%	10 43,5%

Sumber : Data Penulis 2020

Tujuan pertanyaan pada survei awal ini adalah untuk mengetahui tersedianya dukungan perusahaan terhadap beralihnya penjualan dari cara konvensional ke penjualan dengan dukungan media *e-commerce* dan dari hasil survei terhadap 23 responden penerbit di wilayah kabupaten Bandung menunjukkan bahwa mayoritas penerbit memiliki kesiapan finansial yang cukup dan mendukung untuk bisa mengadopsi *e-commerce* SIPLah. Akan tetapi respon itu tidak seiring dengan komitmen kesiapan usaha penerbit untuk mengadopsi *e-commerce*, mayoritas penerbit tidak berkomitmen dan belum siap untuk menerapkan aplikasi *e-commerce* SIPLah ini.

Faktor kedua adalah teknologi informasi. Menurut Hanum & Sinarasri (2017) Kesiapan organisasi pada pemanfaatan teknologi melihat pada beberapa indikator diantaranya manfaat yang dirasakan, kesesuaian dengan SDM, dan

kesiapan pada biaya yang mempengaruhi adopsi teknologi *e-commerce* dan adapun menurut Nurvriari (2012) dalam Nurlinda (2019:452) indikator dari teknologi informasi meliputi kemampuan dan keterampilan SDM, ketersediaan piranti teknologi informasi (komputer dan jaringan internet), ketersediaan program dan sistem pendukung *e-commerce* (*software, website*), kesesuaian antara manfaat dan biaya dalam penerapan *e-commerce*.

Tabel 1.2. Hasil Survei Awal Variabel Teknologi Informasi Pada Penerbit di Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda memiliki SDM dengan kemampuan dan keterampilan untuk mengoperasikan aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah ?	16 69,6%	7 30,4%
2	Apakah Anda memiliki perangkat teknologi (PC & internet) yang memadai untuk dapat menerapkan aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah ?	21 91,3%	2 8,7%
3	Apakah Anda meyakini biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan aplikasi SIPLah akan sejalan dengan manfaat yang akan diperoleh ?	10 43,5%	13 56,5%

Sumber : Data Penulis 2020

Tujuan dari pertanyaan pada survei awal ini mengarah pada tersedianya dukungan perusahaan terhadap pemanfaatan teknologi berbasis *online* untuk mendukung aktivitas penjualan perusahaan. Kesiadaan teknologi dalam mengadopsi *e-commerce* ini adalah sebagai alat yang menjadi ujung tombak di adopsinya penjualan maupun promosi menggunakan aplikasi berbasis teknologi *online* untuk mendekatkan perusahaan dengan konsumen.

Dari hasil survei di atas terhadap 23 responden penerbit di wilayah kabupaten Bandung menunjukkan bahwa mayoritas penerbit telah memiliki SDM yang terampil dan juga piranti teknologi yang memadai untuk bisa mengadopsi aplikasi *e-commerce* SIPLah. Akan tetapi mayoritas dari mereka belum meyakini akan manfaat yang diperoleh dari aplikasi SIPLah ini akankah sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan. Dari hasil pertanyaan terakhir pada survei awal menunjukkan bahwa ketika akan mengadopsi *e-commerce*, perusahaan berharap manfaat yang diperoleh dengan mendekati diri ke konsumen melalui *online* akan lebih besar dari total biaya yang akan dikeluarkan, mengingat bahwa dengan mengadopsi *e-commerce* akan membutuhkan dukungan finansial yang cukup untuk menyediakan teknologi informasi, menyediakan program dan sistem pendukung *e-commerce*, pelatihan SDM, biaya pemeliharaan baik untuk *hardware* maupun *software*, namun peningkatkan manfaat seperti meningkatkan penjualan, menurunnya biaya promosi, pelayanan ke konsumen terjaga dan lain-lain dapat menjadi motivasi yang lebih kuat bagi perusahaan dalam mengadopsi *e-commerce*.

Ketiga ialah lingkungan eksternal. Pearce and Robinson; Hunger and Whelen dalam penelitian I Gusti Putu Darya (2011:66) Lingkungan eksternal suatu perusahaan memberikan banyak tantangan yang dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam upaya untuk menarik atau memperoleh sumber daya yang diperlukan dan untuk memasarkan barang dan jasanya secara menguntungkan.

Dalam persaingan bisnis perusahaan sangat berkepentingan terhadap faktor eksternal organisasi. Oleh karena itu dalam rangka untuk meningkatkan

daya saing organisasi, baik dari segi efisiensi operasi untuk menekan biaya, kesesuaian disain produk dengan kebutuhan konsumen maupun untuk peningkatan kualitas layanan bagi para pelanggan maka perusahaan sangat penting untuk memperhatikan konteks lingkungan.

Tabel 1.3. Hasil Survei Awal Variabel Lingkungan Eksternal Pada Penerbit di Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda mendapat dorongan dan tuntutan dari pesaing untuk mengadopsi aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah?	17 73,9%	6 26,1%
2	Apakah Anda mendapat dorongan permintaan dari pelanggan untuk mengadopsi aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah?	13 56,5%	10 43,5%
3	Apakah ada dorongan dari pemerintah untuk mengadopsi aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah?	9 81,8%	14 18,2%

Sumber : Data Penulis 2020

Dari hasil survei terhadap 23 responden penerbit di wilayah kabupaten Bandung menunjukkan bahwa sebagian besar penerbit merasa terdapat dorongan dari pesaing untuk menggunakan aplikasi SIPLah.

Hal tersebut sesuai dengan salah satu dari tujuan SIPLah ialah memberikan kesempatan kepada penyedia untuk memasuki pasar nasional, dengan begitu, memastikan tingkat persaingan menjadi meningkat. Akan tetapi disisi lain, dorongan dari pelanggan justru kecil, itu dikarenakan tidak semua penerbit target utamanya adalah sekolah, sehingga tidak semua penerbit merasakan ada dorongan dari pelanggan untuk mengadopsi aplikasi *e-commerce* ini. Pemerintah pun tidak mewajibkan penerbit untuk bergabung

menggunakan SIPLah, sebab aplikasi ini hanya diperuntukan kepada penyedia yang ingin menjual produknya kepada sekolah saja, sehingga tidak semua penerbit dapat merasakan dorongan dari pemerintah.

Tabel 1.4. Hasil Survei Awal Variabel E-Commerce Pada Penerbit di Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah usaha Anda telah menerapkan/menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> sebelumnya ?	18 78,2	5 21,8%
2	Apakah Anda telah mengetahui secara detail mengenai aplikasi SIPLah ?	16 69,6	7 30,4%
3	Apakah saat ini Anda tertarik untuk dapat menerapkan aplikasi <i>e-commerce</i> SIPLah pada usaha Anda ?	9 39,1%	14 60,9%

Sumber : Data Penulis 2020

Dari hasil survei diatas menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung sudah tinggi. Sebagian besar dari penerbit juga telah mengetahui detail mengenai aplikasi SIPLah, akan tetapi hanya sedikit dari penerbit yang berminat untuk mengadopsi aplikasi *e-commerce* SIPLah ini.

Dengan didasari pada latar belakang tersebut, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KESIAPAN ORGANISASI, TEKNOLOGI INFORMASI DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL TERHADAP ADOPSI E-COMMERCE (SIPLAH) PADA USAHA PENERBIT DI KABUPATEN BANDUNG”**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, terdapat beberapa permasalahan yang menjadi perhatian penulis mengenai Pengaruh Kesiapan Organisasi, Teknologi Informasi dan Lingkungan Eksternal terhadap Adopsi *E-Commerce* pada Usaha Penerbit di Kabupaten Bandung, diantaranya :

1. Faktor-faktor apakah yang menghambat dan mendorong dalam pengadopsian *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
2. Bagaimanakah pengaruh kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal terhadap pengadopsian *e-commerce* baik secara parsial maupun simultan pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
3. Diantara variabel kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal manakah yang dominan berpengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.

1.2.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan apa yang telah diuraikan penulis pada latar belakang penelitian, berikut permasalahan yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana Kesiapan Organisasi pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
2. Bagaimana Teknologi Informasi pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
3. Bagaimana Lingkungan Eksternal pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.

4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Adopsi *E-Commerce*.
5. Seberapa besar pengaruh Kesiapan Organisasi, Teknologi Informasi dan Lingkungan Eksternal terhadap Adopsi *E-commerce* baik secara simultan maupun parsial.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk pengumpulan data, fakta dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Pengaruh Kesiapan Organisasi, Teknologi Informasi dan Lingkungan Eksternal Terhadap Adopsian *E-Commerce* pada Usaha Penerbit di Kabupaten Bandung.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kesiapan organisasi secara parsial terhadap adopsi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi organisasi secara parsial terhadap adopsi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal organisasi secara parsial terhadap adopsi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.
4. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan terhadap adopsi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.

5. Untuk mengetahui pengaruh kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal secara simultan terhadap adopsi *e-commerce* pada usaha penerbit di kabupaten Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui dan menambah wawasan mengenai dampak dari munculnya aplikasi SIPLah terhadap usaha penerbitan dan bagaimana strategi yang digunakan oleh penerbit dalam menghadapi fenomena tersebut.

1.4.2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Pihak Kampus

Sebagai penambah sumber referensi dan sebagai bahan perbandingan dengan tulisan-tulisan sebelumnya, khususnya mengenai pengaruh kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal terhadap adopsi *e-commerce*.

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk pimpinan perusahaan yang telah diteliti, sehingga perusahaan yang bersangkutan dapat dapat memahami lebih lanjut tentang pengaruh kesiapan organisasi, teknologi informasi dan lingkungan eksternal terhadap adopsi *e-commerce* mereka sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam usaha memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada agar

