Pengaruh Teknologi Informasi dan E - Commerce terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Perusahaan Fabrikasi Mie, Baso dan Sossis YEN Kota Bandung)

Amaris Dwipraja Wahyudi

21212137

Abstarct

At this time the information technology and e- commerce made business competition more open, many companies invest money to implement the technology in their companies in order to increase business perform. This study was conducted to assess The Influence Information Technology and E–Commerce toward Business Perform in noodles, meatballs and sausage Factory YEN Bandung

This research uses descriptive verification method. Primary data in this study were obtained directly from the results of a list of statements (questionnaire) online to 60 employee PT. YEN, while secondary data obtained from the data PT. YEN online sales noodles, meatball and sausage in January 2016 through August 2016.

The analytical method used is multiple linear regression analysis using SPSS 16.0 for Windows with the results of this research indicating that Technology Information significantly influence toward Business Perform with the direction of positive relationships, E-Commerce significantly influence toward Business Perform with the direction of positive relationships, and Simultaneously the influence of Information Technology and E – Commerce toward Business Perform showed a positive correlation in the category of a very strongest.

Keywords: Information Technology, E-Commerce, Business Perform

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam peta bisnis indonesia sendiri kegiatan usaha makanan dan minuman mengalami perkembangan yang pesat akibat perubahan lingkungan perusahaan seperti, kebijakan ekonomi, politik, kompetitor sehingga keperluan intern perusahaan juga ikut perubah. Hal ini merupakan fenomena yang wajar seiring dengan kondisi perubahan teknologi berpengaruh kepada struktur industri, biaya, pemasok dan tingkah laku konsumen. Orientasi dan kinerja perusahaan banyak yang membias dan cenderung spekulatif. Tingginya tingkat pertumbuhan dunia usaha makanan dan minuman mengakibatkan juga tingginya tingkat persaingan antar kompetitor sehingga memunculkan gagasan / ide dan strategi bersaing sebagai alat perang untuk menguasai pasar.

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang dengan pesat, hal ini di dorong dengan teknologi yang canggih dan strategi – strategi yang dibuat perusahaan untuk menciptakan pangsa pasar. Terutama perkembangan dari bidang kuliner makanan baso termasuk jenis usaha mie, baso dan sossis YEN. Perusahaan fabrikasi Yen yang notabene bergerak dalam bidang penjualan makanan saat ini pun telah melakukan inovasi dalam hal strategi bisnisnya yaitu dengan menggunakan Salah satu penerapan ICT dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce* (e-commerce). Perusahaan Yen ingin menciptakan brand image yang melekat dimasyarakat dengan penerapan *e – commerce* sebagai sistem informasi dan transaksi online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas maka penjabaran rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana teknologi informasi pada perusahaan fabrikasi Yen
2. Bagaimana penerapan e - commerce pada perusahaan fabrikasi Yen
3. Bagaimana kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi Yen
4. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi usaha terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi Yen
5. Seberapa besar pengaruh penerapan e – commerce terhadap kinerja pada perusahaan fabrikasi Yen
6. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi dan penerapan e – commerce terhadap kinerja usaha pada perusaaan fabrikasi Yen

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data sekunder maupun primer yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Teknologi Informasi dan Penerapan E- Commerce terhadap Daya Saing.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui teknologi informasi pada perusahaan fabrikasi Yen
2. Untuk mengetahui penerapan e - commerce pada perusahaan fabrikasi Yen
3. Untuk mengetahui kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi Yen
4. Untuk mengtahui pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi Yen
5. Untuk mengetahui pengaruh penerapan e – commerce terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi Yen
6. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan penerapan e – commerce terhadap kinerja usaha pada perusaaan fabrikasi Yen secara simultan dan parsial

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis/Teoritis

Dari tujuan diadakannya penelitian tadi, maka adapun manfaat penelitian bagi:

1. Peneliti

Untuk mengetahui manfaat kinerja usaha terhadap teknologi informasi dan penerapan e - commerce perusahaan fabrikasi YEN

2. Keilmuan

Adapun kegunaan penelitian ini untuk perusahaan, yaitu sebagai tambahan informasi untuk perusahaan fabrikasi YEN tentang teknologi informasi dan penerapan e – commerce terhadap kinerja usaha. Untuk memberikan informasi penerapan e – commerce yang maksimal akan meningkatkan daya saing usaha.

1.4.2 Kegunaan Praktisi/operasional

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan guna mengadakan perbaikan - perbaikan yang mungkin diperlukan dalam upaya lebih meningkatkan kinerja untuk mencapai penerapan e – commerce yang maksimal.

b. Bagi Karyawan

Berharap mendapat pengalaman, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengelolaan manajemen yang baik berdasarkan teori yang diterima semasa perkuliahan dan menerapkannya dalam praktek sehari – hari.

II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) dilihat dari kata penyusunnya adalah teknologi dan informasi. Kata teknologi bermakna pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, kata teknologi berdekatan artinya dengan istilah tata cara. Menurut Azmi, Yan (2009: 2), “informasi adalah data yang diproses kedalam bentuk yang lebih berarti bagi penerima dan berguna dalam pengambilan keputusan, sekarang atau untuk masa yang akan datang”. Untuk lebih jelasnya berikut ini penulis kemukakan beberapa defenisi mengenai teknologi informasi.

Menurut McKeown yang dikutip oleh Suyanto (2005: 3), “teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya”. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Williams dan saywer yang dikutip oleh Seesar (2010: 6), bahwa “teknologi informasi merupakan sebuah bentuk umum yang menggambarkan setiap teknologi yang membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan dan atau menyampaikan informasi”. Sedangkan menurut Ishak (2008: 87), “teknologi informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga pengiriman informasi akan lebih cepat, lebih luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya”. Selain pendapat di atas, Information Technology Association of America (ITAA) yang dikutip oleh Sutarman (2009: 13) menyatakan bahwa, “teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer”

Dari pengertian menurut para ahlti tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah alat yang dapat membantu manusia untuk mengolah, memproses suatu data dan menghasilkan suatu informasi yang bermanfaat.

2.1.2 E – Commerce

2.1.2.1 Pengertian E – Commerce

Menurut Baum (2000) dalam Jaidan (2010:162 - 163) Electronic Commerce (perniagaan elektronik) merupakan bagian dari electronic business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic tranmission). Definisi global tentang e - commerce adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik. Definisi yang formal tentang e-Commerce diberikan oleh yakni : suatu set dinamis teknologi, aplikasi

dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

2.1.3 Kinerja

2.1.3.1 Pengertian Kinerja

Menurut Gomez-Mejia, Balkin dan Cardy (2012:225) yang mengidentifikasi dimensi kinerja terdiri dari :

1. Quality of Work, yaitu kualitas kerja yang dicapai bedasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapannya.
2. Quantity of Work Performed, yaitu jumlah kerja yang dilakukan dalam suatu periode waktu yang ditentukan.
3. Interpersonal Effectiveness, yaitu menyangkut kepribadian, kepemimpinan dan integritas pribadi.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasakran tinajuan pustaka yang telah diutarakan diatas dapat disusun suatu kerangka pemikiran yang dapat menjelaskan bagaimana teknologi informasi dan penerapan e - commerce meningkatkan terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi mie, baso dan sossis YEN.

2.2.1 Keterkaitan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Usaha

Menurut Higa dkk (1997), dalam Jurnal Jaidan (2010: 166). Teknologi adalah sumber daya penting dan merupakan sub sistem dari organisasi. Dengan demikian, teknologi memiliki implikasi kritis terhadap kinerja perusahaan. Untuk tetap bertahan dan unggul dalam persaingan pasar, perusahaan perlu memberikan perhatian dan mampu memperoleh keunggulan dari peluang teknologis untuk mendukung strategi bisnis serta meningkatkan operasi dan layanannya.

2.2.2 Keterkaitan Penerapan E – Commerce terhadap Kinerja Usaha

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.

2.2.3 Keterkaitan Teknologi Informasi dan Penerapan E – Commerce terhadap Kinerja Usaha

Menurut Dewi Irmawati (2011:105) E-commerce memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala 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 menengah, dengan menggunakan e-commerce 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.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di uraikan diatas, maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Hipotesis Utama

Adanya pengaruh teknologi informasi dan e-commerce terhadap kinerja usaha pada perusahaan mie, baso dan sossis YEN Bandung secara parsial maupun simultan

- Sub Hipotesis

H1 : Teknologi Informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pada perusahaan mie, baso dan sossis YEN Bandung.
H2 : E-commece berpengaruh terhadap kinerja usaha pada perusahaan mie, baso dan sossis YEN Bandung.

III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Pengertian dari objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah “Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Menurut Moh. Nazir (2005:84) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:249) menyatakan bahwa : “Desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode dan prosedur – prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.”

3.2.2 Operasional Variabel

3.2.3 Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu op**Sumber dan Teknik Penentuan Data**

3.2.3.1 Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) secara online kepada karyawan YEN dengan link

- https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScDXbm-AQeY7w5Pb-eYOrFOSkiEjYvr6wreg4e6Ax7YBVw3Pg/viewform

2. Data sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah penjualan produk mulai dari mie, baso dan sosis YEN dalam kurun waktu 8 bulan dari bulan Januari 2016 sampai Agustus 2016.

Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Ferdinand, (2011 :215) Populasi adalah "Gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian."

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah total jumlah karyawan yang melakukan pembelian produk YEN berjumlah 150 orang pada 8 bulan terakhir dari bulan Januari 2016 sampai Agustus 2016.

2. Sampel

simple random sampling/probability sampling dimana unit sampel dapat diambil dari setiap elemen populasi karena bersifat homogen dengan jumlah populasi sebanyak 150 orang berdasarkan jumlah karyawan PT. YEN dari bulan Januari 2016 sampai Agustus 2016. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (tingkat kesalahan yang diambil pada sampling ini sebesar 10%)

$$n = \frac{150}{1 + (150 \times 0,1^2)}$$

n : 60 karyawan

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 orang karyawan.

Teknik pengumpulan data

1. Data Sekunder (Dokumentasi)

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah penjualan produk mulai dari mie, baso dan sosis dalam kurun waktu 8 bulan terakhir dari bulan Januari 2016 sampai Agustus 2016.

2. Data Primer (Kuesioner)

Sugiyono, (2008:199) Kuesioner merupakan

"Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan- pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan."

3.2.4.1 Uji validitas

Sugiyono, (2008 :455) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Perhitungan untuk menguji validitas penelitian ini dengan menggunakan rumus *Product Moment Pearson*. Kriteria validitas yang dipakai apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai toleransi 0.05 dan menggunakan rumus df= n-2 untuk mengetahui r_{tabel}

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.
Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

$$\%\ \text{Skor} = \frac{\text{Skor actual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

3.1.5.1.2 Analisis verifikatif

1. **Analisis regresi berganda**

$$Y = \alpha + \beta 1 X 1 + \beta 2 X 2 + e$$

Dimana:
Y = Kinerja Usaha
A = Konstanta dari persamaan regresi
ß1 = Koefisien regresi dari variable X1, Pengaruh Teknologi Informasi
ß2 = Koefisien regresi dari variable X2, *E-commerce*
X1 = Pengaruh Teknologi Informasi
X2 = *E-commerce*

e = standar error

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.

b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), "situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi."

3. Analisis korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) "Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson."

4. Analisis koefisien determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat.

3.1.5.2 pengujian hipotesis

Dalam Penelitian ini yang akan diuji adalah Kinerja Usaha (Y) berpengaruh pada Teknologi Informasi(X1) dan *E-Commerece* (X2) Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada 60 orang karyawan mie, baso dan sossis YEN, penulis memperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden yang diteliti sebagian besar yaitu 68,3% berjenis kelamin pria. Dengan demikian sebagian besar karyawan PT YEN mayoritas berjenis kelamin pria, kondisi ini dikarenakan pria memiliki *conceptual skill* yang dapat memangku jabatan sebagai *figure* yang mampu mengkoordinasi berbagai aktivitas. (Reska K. Nistanto, 2015)

4.2.2 Distribusi Konsumen Berdasarkan Usia

banyaknya karyawan berdasarkan usia mayoritas karyawan adalah usia dibawah 25 tahun. Dengan demikian karyawan PT. YEN dengan usia tersebut karena dalam rentang usia tersebut merupakan masa-masa dimana seseorang dalam masa produktif dan ingin selalu tampil menarik dan menyukai barang-barang serta pakaian yang sedang tren serta untuk menghibur diri. Menurut Schifman dan Kanuk (2004:57)

4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Teknologi Informasi pada PT. YEN

rekapitulasi tanggapan responden mengenai penggunaan teknologi informasi yang diukur dengan menggunakan lima indikator. Dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase tertinggi yang diperoleh sebesar 68,33% mengenai indikator penggunaan teknologi informasi, sedangkan nilai persentase terendah yang diperoleh sebesar 65% berkenaan dengan indikator perangkat keras.

4.3.2 Analisis Deskriptif Penerapan *E-Commerce* pada PT. YEN

rekapitulasi tanggapan responden mengenai penerapan *e-commerce* yang diukur dengan menggunakan lima indikator. Dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase tertinggi yang diperoleh sebesar 69,33% mengenai indikator periklanan secara intensif, sedangkan nilai persentase terendah yang diperoleh sebesar 64,67% berkenaan dengan indikator seleksi dan nilai.

4.2.3.3 Analisis Deskriptif Kinerja Usaha pada PT. YEN

rekapitulasi tanggapan responden mengenai kinerja usaha yang diukur dengan menggunakan tiga indikator. Dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase tertinggi yang diperoleh sebesar 68% mengenai indikator kualitas kerja, sedangkan nilai persentase terendah yang diperoleh sebesar 66% berkenaan dengan indikator efektivitas antar pribadi.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Pengaruh Teknologi Informasi dan Penerapan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Usaha Pada Perusahaan Fabrikasi mie, baso dan sossis YEN Kota Bandung

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan penerapan *e-commerce* terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi mie, baso dan sosis YEN Kota Bandung.

4.4.1.1 Uji Asumsi Klasik

4.4.1.1.1 Uji Normalitas Data

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh variabel residual sebesar 0,824 > 0,05 yang menunjukan bahwa data yang digunakan berdistribusi secara normal, sehingga asumsi normalitas data terpenuhi.

4.4.1.1.2 Uji Multikolinieritas

Untuk melihat nilai multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Dari pengolahan data tang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Dari data yang disajikan pada table di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* yang diperoleh kedua variabel bebas masing-masing sebesar 0,949 > 0,1 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Hal ini menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

Keterangan :

a : Konstanta

Y : Kinerja Usaha

X_1 : Teknologi Informasi

X_2 : Penerapan *e-commerce*

b_1 dan b_2: Koefisien regresi

4.4.1.1.3 Uji Heteroskedastisitas

diperoleh informasi bahwa nilai signifikan dari hasil regresi antara variabel bebas dengan nilai absolute residual lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukan bahwa varians residual dalam data bersifat homokedastisitas. Dari ketiga pengujian asumsi di atas, diketahui semuanya terpenuhi sehingga analisis regresi linier berganda bisa digunakan.

4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$Y= a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2$

Keterangan :

a : Konstanta

Y : Kinerja Usaha

X_1 : Teknologi Informasi

X_2 : Penerapan *e-commerce*

b_1 dan b_2: Koefisien regresi

output di atas diperoleh nilai a sebesar -2,281 , β_1 sebesar 0,419 dan β_2 sebesar 0,345. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$Y= -2,281 + 0,419X_1 + 0,345X_2$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar -2,281 menunjukan bahwa ketika teknologi informasi dan penerapan *e-commerce* bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka kinerja usaha akan bernilai sebesar -2,281.

b. Variabel X_1 yaitu teknologi informasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,419 menunjukan bahwa ketika teknologi informasi ditingkatkan, sementara penerapan *e-commerce* konstan, maka kinerja usaha akan meningkat sebanyak 0,419 kali.

c. Varibel X_2 yaitu penerapan *e-commerce* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,345, menunjukan bahwa ketika penerapan *e-commerce* ditingkatkan, sementara teknologi informasi konstan, maka kinerja usaha akan meningkat sebanyak 0,345 kali.

V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Teknologi Informasi dan Penerapan *E-commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Perusahaan mie, baso dan sossis YEN dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh teknologi informasi (X1) yang dilakukan oleh PT. YEN tergolong berdasarkan indikator yaitu perangkat keras, perangkat lunak, penggunaan IT, penyimpanan data, telekomunikasi dan prosedur dalam kategori cukup baik dari 5 kategori sangat baik menggunakan teknologi informasi. Indikator penggunaan IT memperoleh persentase tertinggi yaitu 68,33% menyatakan baik, Sedangkan indikator perangkat keras memperoleh persentase yang paling rendah yaitu 65,00% menyatakan cukup baik. Secara keseluruhan semua indikator masuk dalam kategori Cukup Baik.
2. Penerapan *e-commerce* (X2) yang dilakukan oleh PT. YEN tergolong berdasarkan indikator yaitu seleksi dan nilai, kinerja dan layanan, periklanan secara intensif, perhatian personal, hubungan komunitas, keamanan dan kehandalan dalam kategori cukup baik dari 5 kategori sangat baik menerapkan *e-commerce.* Indikator periklanan secara intensif memperoleh persentase tertinggi yaitu 69,33% menyatakan baik, Sedangkan indikator seleksi dan nilai
memperoleh persentase yang paling rendah yaitu 64,67% menyatakan cukup baik. Secara keseluruhan semua indikator masuk dalam kategori Cukup Baik.
3. Kinerja usaha yang dilakukan PT. YEN tergolong berdasarkan indikator yaitu *quality of work, Quantity of work performed*, dan *Interpersonal Efectiveness* dalam kategori cukup baik dari 3 kategori sangat baik menerapkan kinerja usaha. Indikator *quality of work* memperoleh persentase tertinggi yaitu 68,00% menyatakan cukup baik, Sedangkan indikator *Interpersonal Efectiveness* memperoleh persentase yang paling rendah yaitu 66,00% menyatakan cukup baik. Secara keseluruhan semua indikator masuk dalam kategori Cukup Baik.
4. Berdasrkan hasil analisis dapat disimpulkan adanya pengaruh secara parsial, teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi mie, baso dan sosis YEN di Kota Bandung.
5. Berdasrkan hasil analisis dapat disimpulkan adanya pengaruh secara parsial, penerapan *e-commerce* terhadap kinerja usaha pada perusahaan fabrikasi mie, baso dan sosis YEN di Kota Bandung.
6. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan adanya pengaruh secara simultan bahwa Pengaruh Teknologi Informasi dan Penerapan *E-Commerce* dapat berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada perusahaan fabrikasi mie, baso dan sosis YEN di Kota Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang teknologi informasi, e-commerce dan kinerja usaha pada pelaku usaha mie, baso dan sossis YEN Kota Bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Pengaruh teknologi informasi pada PT. YEN memiliki masalah pada komunikasi dan informasi dalam kinerja karyawan maka perusahaan membutuhkan seorang *IT Technical Support* sebagai mengatur jalannya karyawan yang kesulitan dalam menjalankan sistem operasi *internet marketing.*

2. Penerapan *e-commerce* pada PT. YEN sebagai media penjualan dan promosi untuk meningkatkan penjualan online perusahaan memerlukan jasa penulis konten dan *internet marketer* agar aplikasi atau web dapat berjalannya dengan baik komunikasi secara interaktif dengan pelanggan.

3. Kinerja usaha PT. YEN perlu melakukan rencana karir bagi karyawan sebagai penunjang menambah kemampuan dan integritas pribadi.

Tabel 4.4

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Teknologi Informasi

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Perangkat keras	195	300	65.00	Cukup Baik
2	Perangkat lunak	200	300	66.67	Cukup Baik
3	Penggunaan TI	82	120	68.33	Baik
4	Penyimpanan data	200	300	66.67	Cukup Baik
5	Telekomunikasi dan prosedur	204	300	68.00	Cukup Baik
Total		**881**	**1320**	**66.74**	Cukup Baik

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Mengenai Perangkat Keras

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat membantu)	4 (membantu)	3 (cukup membantu)	2 (tidak membantu)	1 (sangat tidak membantu)
1	Fasilitas teknologi informasi yang diberikan membantu pekerjaan	F	5	10	40	5	0
		%	7.14	14.29	57.14	7.14	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Mengenai Perangkat Lunak

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat jelas)	4 (jelas)	3 (cukup jelas)	2 (tidak jelas)	1 (sangat tidak jelas)
2	Informasi produk dipromosikan dalam medsos dan website	F	4	15	38	3	0
		%	5.71	21.43	54.29	4.29	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Teknologi Informasi

No	Penggunaan TI	Frekuensi	%
1	Apakah anda bekerja menggunakan Laptop dan Komputer	22	36.7
2	Apakah anda bekerja menggunakan Smartphone (Android)	38	63.3
Total		60	100

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Mengenai Sistem Keamanan Penyimpanan Data

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat baik)	4 (baik)	3 (cukup baik)	2 (tidak baik)	1 (sangat tidak baik)
4	Sistem keamanan penyimpanan data	F	3	17	37	3	0
		%	4.27	24.29	52.86	4.27	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Mengenai Komunikasi Interaktif Melalui Website

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat interaktif)	4 (interaktif)	3 (cukup interaktif)	2 (tidak interaktif)	1 (sangat tidak interaktif)
5	Komunikasi yang interaktif melalui website/media social	F	4	16	40	0	0
		%	5.714	22.86	57.14	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.10

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penerapan *E-Commerce*

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori
1	Seleksi dan nilai	194	300	64.67	Cukup Baik
2	Kinerja dan layanan	203	300	67.67	Cukup Baik
3	Periklanan secara intensif	208	300	69.33	Baik
4	Hubungan komunitas	199	300	66.33	Cukup Baik
5	Keamanan dan kehandalan	203	300	67.67	Cukup Baik
Total		**1007**	**1500**	**67.13**	Cukup Baik

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.11

Tanggapan Responden mengenai Promosi Untuk Menimbulkan Keputusan Pembelian

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat menarik)	4 (menarik)	3 (cukup menarik)	2 (tidak menarik)	1 (sangat tidak menarik)
6	Promosi yang menarik untuk menimbulkan keputusan pembelian	**F**	3	10	45	2	0
		%	4.286	14.29	64.29	2.857	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Konfirmasi Dalam Proses Belanja Online

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat cepat)	4 (cepat)	3 (cukup cepat)	2 (tidak cepat)	1 (sangat tidak cepat)
7	Konfirmasi proses belanja online	**F**	3	17	40	0	0
		%	4.286	24.29	57.14	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Mengenai Penyebaran Iklan Afiliasi Yang Meluas

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat meluas)	4 (meluas)	3 (cukup meluas)	2 (tidak meluas)	1 (sangat tidak meluas)
8	Penyebaran iklan afiliasi	F	6	16	38	0	0
		%	8.571	22.86	54.29	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Hubungan Interaktif dengan Pelanggan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat terjalin)	4 (terjalin)	3 (cukup terjalin)	2 (tidak terjalin)	1 (sangat tidak terjalin)
9	Hubungan interaktif dengan pelanggan	F	2	15	43	0	0
		%	2.857	21.43	61.43	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Dalam Transaksi Online

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat terjalin)	4 (terjalin)	3 (cukup terjalin)	2 (tidak terjalin)	1 (sangat tidak terjalin)
10	Keamanan dalam transaksi onlie terjaga dengan baik	F	3	17	40	0	0
		%	4.286	24.29	57.14	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.16

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Usaha

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kategori

1	*Quality of work*	204	300	68.00	Cukup Baik
2	*Quantity of work performed*	203	300	67.67	Cukup Baik
3	*Interpersonal Efectiveness*	198	300	66.00	Cukup Baik
Total		**605**	**900**	**67.22**	Cukup Baik

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Fasilitas Teknologi Informasi Yang Diberikan dengan Kebutuhan Kerja

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat baik)	4 (baiki)	3 (cukup baik)	2 (tidak baik)	1 (sangat tidak baik)
11	Fasilitas teknologi informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan	**F**	4	19	34	3	0
		%	5.714	27.14	48.57	4.286	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Mengenai Sistem Manajemen Yang Diterapkan Perusahaan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat baik)	4 (baik)	3 (cukup baik)	2 (tidak baik)	1 (sangat tidak baik)
12	Sistem manajemen yang diterapkan perusahaan menunjang secara optimal	**F**	4	15	41	0	0
		%	5.714	21.43	58.57	0	0
Total Akumulasi							

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Mengenai Perencanaan Karir Perorangan Bagi Karyawan

No	Butir Kuesioner		Kategori Jawaban				
			5 (sangat setuju)	4 (setuju)	3 (cukup setuju)	2 (tidak setuju)	1 (sangat tidak setuju)
13	Perusahaan menyediakan rencana karir perorangan bagi karyawan	**F**	2	14	44	0	0
		%	2.857	20	62.86	0	0

Total Akumulasi	

Sumber:Kuesioner(Data Diolah)

Tabel 4.20

Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05450909
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.629
Asymp. Sig. (2-tailed)		.824

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.21

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Teknologi Informasi	.949	1.053
	Penerapan E-Commerce	.949	1.053

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Tabel 4.22

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.146	.632		.232	.818
	Teknologi Informasi	-.006	.043	-.019	-.141	.888
	Penerapan E-Commerce	.074	.051	.194	1.454	.151

a. Dependent Variable: Abs

Tabel 4.23

Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.281	.950		-2.402	.020
	Teknologi Informasi	.419	.065	.568	6.455	.000
	Penerapan E-Commerce	.345	.077	.396	4.492	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Tabel 4.24

Analisis Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762[a]	.581	.566	1.07285

a. Predictors: (Constant), Penerapan E-Commerce, Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Tabel 4.25

Hubungan Antara Teknologi Informasi dengan Kinerja Usaha

Correlations

		Teknologi Informasi	Kinerja Usaha
Teknologi Informasi	Pearson Correlation	1	.657**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.26

Hubungan Antara Penerapan *E-Commerce* dengan Kinerja Usaha

Correlations

		Penerapan E-Commerce	Kinerja Usaha
Penerapan E-Commerce	Pearson Correlation	1	.523**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.523**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.27
Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762[a]	.581	.566	1.07285

a. Predictors: (Constant), Penerapan E-Commerce, Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Tabel 4.28
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Teknologi Informasi	.568	.657
	Penerapan E-Commerce	.396	.523

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Tabel 4.29

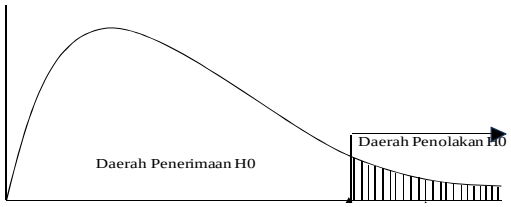
Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.799	2	45.400	39.444	.000[b]
	Residual	65.607	57	1.151		
	Total	156.407	59			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Penerapan E-Commerce, Teknologi Informasi



Gambar 4.5 Kurva Uji Hipotesis F tabel = 3,159 F hitung = 39,444

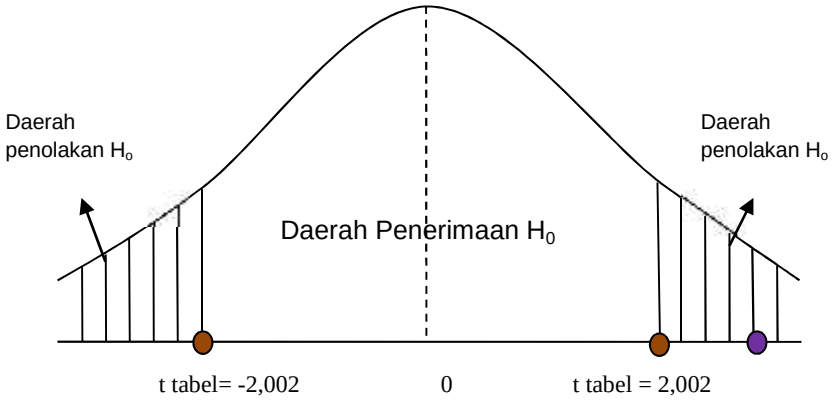
Tabel 4.30

Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.281	.950		-2.402	.020
	Teknologi Informasi	.419	.065	.568	6.455	.000
	Penerapan E-Commerce	.345	.077	.396	4.492	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha



Gambar 4.6

Pengujian Hipotesis Parsial X_1

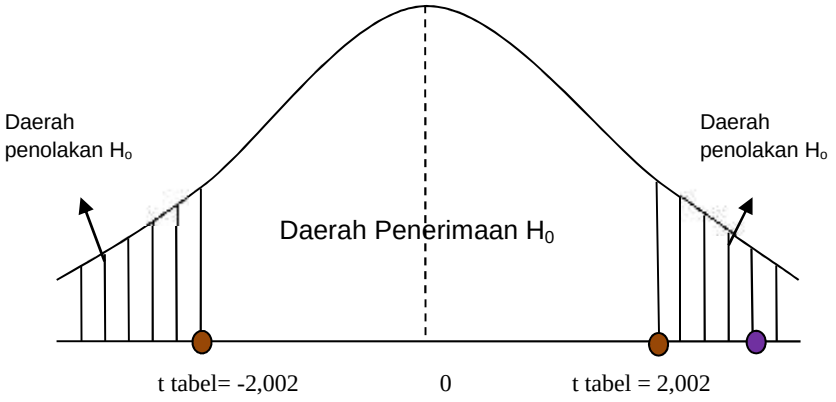
Tabel 4.31

Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.281	.950		-2.402	.020
	Teknologi Informasi	.419	.065	.568	6.455	.000
	Penerapan E-Commerce	.345	.077	.396	4.492	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha



Gambar 4.7

Pengujian Hipotesis Parsial X_2