

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN NYATA E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN BARANG STUDI KASUS USAHA PENGRAJIN SEPATU SANDAL DAN TAS DI KOTA BOGOR

**Enok Tuti Alawiah**

Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Bina Sarana Informatika Bogor  
Jurusan Manajemen Informatika  
Jl. Merdeka No. 168 Bogor  
[enok.etw@bsi.ac.id](mailto:enok.etw@bsi.ac.id)

### ABSTRACT

*Factors Affecting the Use of Real E-commerce For Sale of Goods Media Case Studies Craftsmen Enterprises Shoes and Bags in Bogor. This study aims to determine the Factors Affecting Interests Using E-commerce For Sale of Goods Media Case Studies Craftsmen Enterprises Shoes and Bags in Bogor. In this research will measure the Actual Usage of e-commerce that is used by craftsmen Shoes and Bags in Bogor as a medium of marketing and product promotion. The model used is the Technology Acceptance Model. Factors thought to have an influence on actual usage is Computer Self Efficacy, Perceived usefulness, Perceived Easy of Use, Attitude Toward Using, Intention to Use and Actual Usage. This study aimed to measure the actual usage of e-commerce in enterprises craftsmen Shoes and Bags in Bogor. All variables influence hypothesis, but there are some indicators that lost in the final model due no more valid results valid. Untuk longer needed another indicator as a supporter.*

**Keywords:** *e-commerce, Technology Acceptance Model, Structural Equation Model*

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan usaha kecil dan menengah biasanya berlokasi di daerah pinggiran, pedesaan maupun perkotaan dengan mayoritas penduduk yang hidup berkelompok. Salah satu jenis usaha kecil dan menengah yang saat ini berkembang adalah industri pengrajin sepatu sandal di Kota Bogor yang tersebar di beberapa desa di kecamatan Ciomas, Kecamatan Tamansari dan Kecamatan Bogor Selatan. Sepatu, sandal ini merupakan produk unggulan dari Kota Bogor karena disamping menyerap banyak tenaga kerja, juga pemasarannya sudah sampai ke mancanegara terutama ke negara-negara berkembang di Afrika dan Amerika Latin (sumber:kotabogor.go.id)

Industri sepatu sandal di kota bogor termasuk kategori industri rumahan yang tersebar di beberapa wilayah di Kota Bogor. Industri rumahan ini semakin berkembang dengan berkembangnya sektor pariwisata di Kota Bogor yang turut memberikan kontribusi besar dalam pemasaran dengan banyaknya wisatawan berkunjung yang menjadikan sepatu sandal ini sebagai oleh-oleh ataupun buah tangan. Untuk pemasaran, para pengrajin masih mengandalkan cara-cara konvensional yaitu dengan cara memberikan contoh produk ke grosir ataupun distributor

terutama di wilayah Pasar Anyar dan beberapa pasar di Jakarta

Internet dapat menjadi salah satu solusi dari permasalahan pemasaran produk sepatu sandal. Pemasaran produk sepatu sandal dapat menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* adalah bentuk transaksi penjualan secara elektronik melalui perantara website yang digunakan para produsen untuk menawarkan barang dagangannya terhadap konsumen tanpa tatap muka secara langsung. *E-commerce* dapat dijadikan salah satu peluang yang menunjang bisnis pengrajin sepatu sandal dan tas di Kota Bogor untuk maju pesat sehingga mendukung perekonomian nasional dan dapat memberdayakan tenaga kerja sehingga mereka tidak lagi bergantung terhadap pesanan barang melainkan terjun secara aktif untuk mempromosikan produk hasil produksinya langsung kepada konsumen dalam maupun luar negeri.

Dari penjelasan di atas diketahui beberapa fakta yaitu:

1. Target pasar hasil produksi usaha pengrajin sepatu, sandal, dan tas di Kota Bogor tersebar ke berbagai wilayah baik dalam maupun luar negeri,
2. Infrastruktur teknologi internet tersedia dan sangat memadai,
3. Letak geografis yang berada dekat dengan pusat Kota Bogor dan dekat dengan

- Jakarta sebagai pusat industry dan perdagangan Indonesia
4. E-commerce yang dimiliki tidak digunakan secara optimal

Fakta di atas tentunya adalah sebuah peluang baik yang dapat digunakan oleh para pengrajin dalam memanfaatkan teknologi e-commerce untuk mempromosikan dan menjual barangnya secara langsung. Namun kenyataannya hal ini kurang diminati sepenuhnya oleh para pengrajin usaha sepatu, sandal, dan tas di Kota Bogor sehingga e-commerce ini tidak dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-commerce studi kasus pada usaha pengrajin sepatu, sandal dan tas di Kota Bogor.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi berbagai permasalahan yang akan menjadi objek penelitian, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Penggunaan Nyata *e-commerce* sebagai media penjualan barang di usaha pengrajin sepatu sandal dan tas di Kota Bogor?
2. Bagaimana pengaruh Penggunaan Nyata *e-commerce* sebagai media penjualan barang di usaha pengrajin sepatu sandal dan tas di Kota Bogor?

## BAHAN DAN METODE

*E-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Menurut Baum (1999) dalam Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi (2001).

Berdasarkan jenisnya, *e-commerce* diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C) (Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001). B2B merupakan sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis. Pada umumnya *Business to Business commerce* menggunakan mekanisme EDI (*Electronic Data Interchange*) yang sudah ada sejak lama. Karakteristik *Business to Business commerce* adalah:

1. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah

terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.

2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan antar kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirimkan data.
4. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis (Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2001).

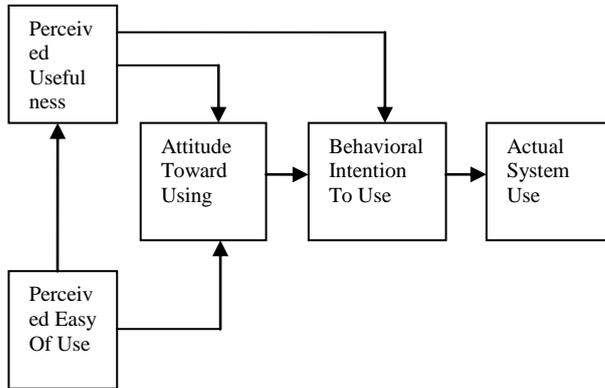
### **Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model* (TAM) ini pertama dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi. Model ini telah banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi untuk mengetahui reaksi pengguna terhadap sistem informasi (Landry *et. al.*, dalam Adellia Rosarindry Poetri, 2010).

TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi keputusan mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal: *usefulness* (pengguna yakin bahwa dengan menggunakan sistem ini akan meningkatkan kinerjanya), *easy of use* (di mana pengguna yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa sistem ini mudah dalam penggunaannya).

TAM terdiri dari dua konstruk utama yaitu kemudahan penggunaan yang dipersepsikan (*perceived easy of use*) dan manfaat dipersepsikan (*perceived usefulness*), yang menentukan intensi perilaku (*behavioral intention*) seorang untuk menggunakan teknologi. Intensitas perilaku adalah seberapa besar keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived easy of use*) memberikan pengaruh pada *behavioral*

intention, tetapi tidak sebaliknya. Pemakaian teknologi akan mempunyai behavioral intention menggunakan teknologi (minat pelaku) jika sistem atau teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Jika sistem sangat bermanfaat, mudah atau tidak penggunaannya akan tetap digunakan. Berikut adalah model TAM, yaitu:



Gambar 1. Model Dasar *Technology Acceptance Model* (TAM)

Penelitian-penelitian yang ada sebelumnya Davis(1989) menunjukkan bahwa kegunaan persepsian (*perceived usefulness*, merupakan konstruk yang signifikan dan penting dalam mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavior intention*) dan perilaku (*behavior*) di dalam menggunakan teknologi. Konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived easy of usefulness*) mempengaruhi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), minat (*behavior intention*), dan penggunaan sesungguhnya (*behavior*) atau *actual system use*.

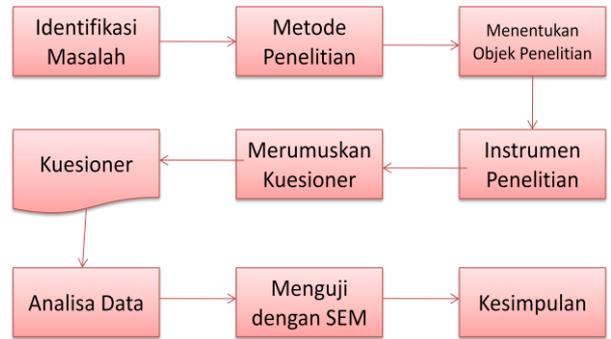
**SEM (Structural Equation Model)**

SEM (*Structural Equation Model*) adalah perkembangan dari beberapa keterbatasan analisis multivariat. SEM menjelaskan keterkaitan antara variabel secara kompleks dan efek langsung maupun tidak langsungnya dari beberapa variabel terhadap variabel yang lain (Wijaya dalam Fety Fatimah,2011).

SEM (*Structural Equation Model*) juga adalah alat analisis statistik yang semakin populer dewasa ini yang merupakan gabungan dari analisis faktor dan analisis regresi (Santoso, 2007 dalam Fety Fatimah, 2011)

**A. Langkah- langkah Penelitian**

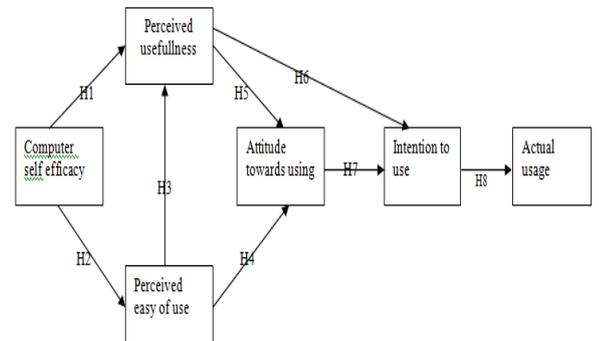
Dalam pelaksanaan penelitian diperlukan langkah-langkah penelitian yang harus dilakukan secara bertahap agar penelitian dapat memberikan hasil yang sesuai dengan hipotesa. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan adalah :



Gambar 2. Langkah-Langkah Penelitian

**B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan dari model penelitian Aditya Rendragraha (2011) dan model penelitian Adellia Rosarindry Poetri (2012). Model penelitian atau kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:



Gambar 3. Model Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah :

1. Hipotesis 1 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Computer Self Efficacy* dan *Perceived usefulness*
2. Hipotesis 2 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *computer self efficacy* memiliki hubungan positif dengan *Perceived easy of use*
3. Hipotesis 3 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Perceived easy of use* memiliki hubungan positif

- dengan *Perceived Usefulness*
4. Hipotesis 4 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Perceived easy of use* memiliki hubungan positif dengan *Attitude Towards using*
  5. Hipotesis 5 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Perceived usefulness* memiliki hubungan positif dengan *Attitude Towards using*
  6. Hipotesis 6 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Perceived usefulness* memiliki hubungan positif dengan *Intention to use*
  7. Hipotesis 7 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Attitude towards using* memiliki hubungan positif dengan *Intention to use*
  8. Hipotesis 8 Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Intention to use using* memiliki hubungan positif dengan *Actual usage*

C. Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisa data adalah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Model*). Software yang digunakan adalah Lisrel 8.70. Sebelum menggunakan Lisrel 8.70, data terlebih dahulu dianalisis menggunakan teknik analisis statistik yang terdiri dari :

1. Analisis statistik deskriptif  
 Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Fungsi analisis ini adalah untuk memeriksa distribusi frekuensi ukuran pemusatan, dan penyebaran data tentang karakteristik sampel (responden) dan indikator-indikator variabel *Computer self efficacy, perceived usefulness, perceived easy of use, attitude towards using, intention to use* dan *actual usage* yang diteliti menggunakan metode SEM. Ukuran pemusatan yang diperiksa yaitu nilai *mean*. Sedangkan ukuran penyebaran yang diperiksa meliputi *maksimum, minimum, standar deviasi, dan varian*.
2. Analisis Statistik Inferensial

Dalam analisis ini digunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Tujuan utama adalah untuk memperoleh model yang *plausible* atau *fit* bagi permasalahan yang sedang dikaji didalam penelitian ini. Tujuan analisis dengan menggunakan metode SEM ini juga untuk mengetahui hubungan kausal antar variabel dependen dan independen pada model yang dibangun pada penelitian ini.

Setelah melakukan analisis statistik, langkah selanjutnya adalah analisis dengan menggunakan teknik SEM. langkah-langkah dalam pengujian model menggunakan pendekatan dasar SEM dibagi dalam 5 tahapan yaitu:

1. Spesifikasi
2. Identifikasi
3. Estimasi
4. Uji Kecocokan
5. Respesifikasi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data

Deskripsi data dari penyebaran kuesioner sebanyak 183 responden dalam hal ini adalah para pengrajin usaha sepatu sandal dan tas di Kota Bogor. Berikut adalah deskripsi responden yaitu:

**Tabel 1 : Deskripsi Data Responden**

Klasifikasi Responden	Jumlah	Persentase
<b>1. Pendidikan:</b>		
SLTA	24	13,1
D3	56	30,6
S1	81	44,3
S2	4	2,2
Lain-lain	18	9,8
<b>Total</b>	183	100 %
<b>2. Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	79	43,2
Laki-laki	104	56,8
<b>Total</b>	183	100 %
<b>3. Usia</b>		
<20	8	4,37
20-30	85	46,45
31-40	79	43,17
>40	11	6,01
<b>Total</b>	183	100 %
<b>4. Jenis Usaha</b>		
Sepatu sandal	126	68,9
Tas	57	31,1
<b>Total</b>	183	100 %

Deskripsi data usaha pengarajin sepatu sandal dan tas di 5 kecamatan utama yaitu kecamatan Ciomas, tamansari, Bogor Selatan, Bogor Timur dan Ciampea sebanyak 203 orang dengan jumlah responden sebanyak 183 orang. Berikut adalah deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu:

**Tabel 2 : Deskripsi Data Usaha Pengarajin Sepatu Sandal dan Tas**

Klasifikasi Responden	Jumlah	Persentase
<b>1. Rata-rata Pendidikan Karyawan:</b>		
SMP	46	25,1
SMA	37	20,2
D3	24	13,1
S1	16	8,7
Lain-lain	60	32,7
<b>Total</b>	183	100 %
<b>2. Rata-rata Lama Implementasi Internet</b>		
<1 tahun	37	20,2
1-2 tahun	31	16,9
3-4 tahun	34	18,5
5-6 tahun	54	29,5
>6 tahun	27	14,7
<b>Total</b>	183	100 %
<b>3. Rata-rata Lama Implementasi E-commerce</b>		
<1 tahun	67	36,6
1-2 tahun	54	29,5
3-4 tahun	27	14,7
5-6 tahun	23	12,5
>6 tahun	12	6,5
<b>Total</b>	183	100 %
<b>4. Rata-rata Jumlah Karyawan Usaha</b>		
<5 orang	32	17,4
5-10 orang	46	25,1
10-15 orang	54	29,5
15-20 orang	32	17,4
>20 orang	19	10,3
<b>Total</b>	183	100 %

**B. Analisis SEM**

**1. Spesifikasi**

**a) Pengembangan Model Berbasis Teori**

Model yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah penggabungan teori dari Aditya Rendragraha (2011) dan Adellia Rosarindry Poetri (2012).

**b) Persamaan Struktural (*Structural Equation*)**

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk dengan membentuk model pengukuran variabel laten eksogen dan endogen,

**2. Identifikasi**

Berikut adalah hasil data *degree of freedom* yang ditampilkan dalam tabel berikut

Tabel 3 *Degrees of freedom*

**Computation of degrees of freedom (Default Model)**

Number of distinct sample moment:	276
Number of distinct parameters to be estimated	61
Degrees of freedom (276-88):	215

Oleh karena  $df = 215$  termasuk dalam *over identified*, dan pengujian model dapat dilakukan. *Over identified* model adalah model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. (Wijanto:2008 dalam Fety Fatimah, 2011).

**3. Estimasi**

**a) Uji validitas**

Uji Validitas dan Uji Realibilitas menghasilkan data yang valid.

**b) Uji Asumsi SEM**

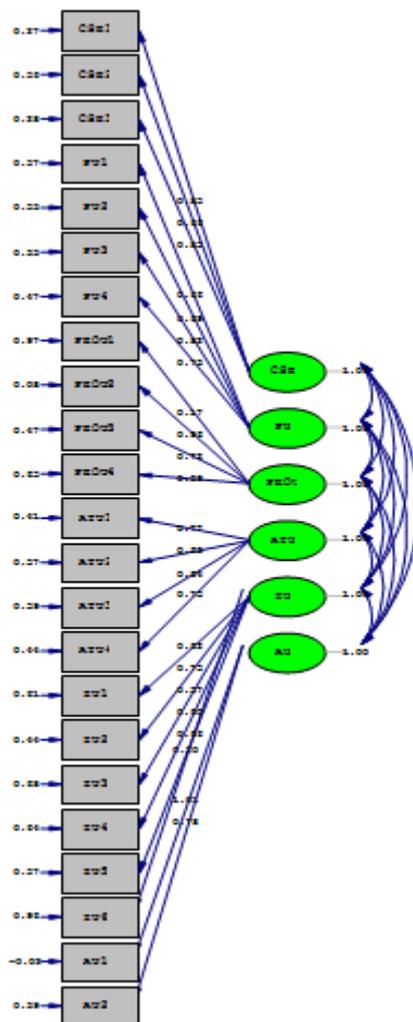
**1. Ukuran Sampel**

Syarat minimum sampel berjumlah 100 s.d. 200 sampel. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam menganalisa data menggunakan SEM sudah memenuhi asumsi, yaitu 208 sampel. Sampel yang valid berjumlah 183, sampel tidak valid karena pengisian yang tidak benar. Sampel yang akan dianalisa adalah sampel yang valid yaitu berjumlah 183

**2. Uji Normalitas**

Sebuah data dinyatakan normal apabila nilai Statistic pada Skewness dan Kurtosis secara absolut bernilai kurang dari 2,58 pada tingkat signifikansi 0,05. Dari pengujian di dapatkan bahwa nilai Statistic pada Skewness dan Kurtosis secara absolut bernilai kurang dari 2,58, meskipun ada 1 yang bernilai 2.72 masih dianggap baik karena tidak terlalu jauh. Hasil dapat dilihat pada tabel normalitas data, Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji Outlier  
 Uji outlier dilakukan dengan melihat Nilai standarisasi atau Z score digunakan untuk mengetahui apakah sebuah jawaban memiliki distribusi normal dengan melihat tidak ada nilai Z score yang di luar dari nilai  $\pm 4,0$ . Hasil menunjukkan nilai Z score tidak ada yang melebihi  $\pm 4,0$  sehingga disimpulkan tidak terjadi outlier pada data penelitian.
4. Uji Kecocokan
  - a. Measurement Model  
 Berikut adalah hasil uji measurement dengan Lisrel 8.70.



Gambar 4. Hasil Uji Measurement Model Awal

Pada uji kesesuaian diajukan hipotesis sebagai berikut :

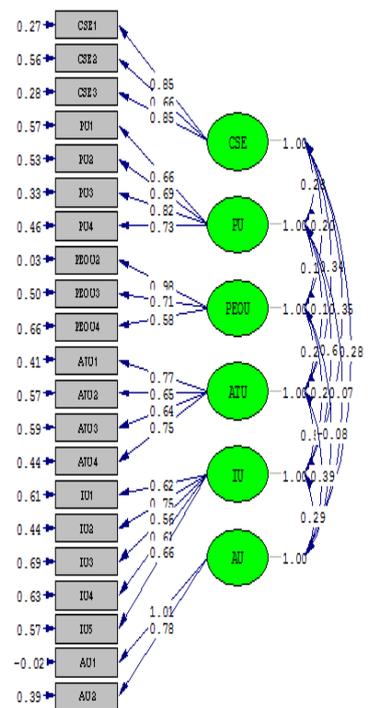
$H_0$  : Model yang diajukan pada penelitian tidak merepresentasikan karakteristik

atau perilaku dari populasi melainkan hanya merepresentasikan sampel yang ditunjukkan dengan nilai  $t$  lebih besar dari nilai kritis  $\geq 1,97$  dan standardized loading factor  $\geq 0,50$

$H_1$  : Model yang diajukan pada penelitian merepresentasikan karakteristik atau perilaku dari populasi yang ditunjukkan dengan nilai  $t$  lebih besar dari nilai kritis  $\geq 1,97$  dan standardized loading factor  $\geq 0,50$

5. Hasil uji menunjukkan hasil yang baik dan ada beberapa hasil yang tidak baik dan ada yang *Marjinal*. Hasil probabilitas menunjukkan 0.000 menyatakan model belum fit. Maka harus dilakukan respesifikasi dengan cara menghilangkan indikator yang tidak mewakili konstraknya dan melakukan modifikasi indices dengan cara menghilangkan indikator PEOU1 dan IU 6 karena nilai standar loading factornya kurang dari 0.5. Respesifikasi

Berikut adalah gambar model yang sudah menghilangkan indikator yang tidak mewakili konstraknya dalam gambar 4.5.



Chi-Square=376.86, df=174, P-value=0.00000, RMSEA=0.080

Gambar 5. Measurement Model Setelah di respesifikasi

Di bawah ini adalah Uji kecocokan model pengukuran setelah respesifikasi, yaitu:

a. Uji Kecocokan Keseluruhan Model (*Goodness of Fit*)

Berikut adalah tabel uji kesesuaian model dengan batas kritis pada gambar berikut ini:

Hasil uji menunjukkan bahwa beberapa nilai menjadi meningkat menjadi baik. Nilai  $p \geq 0,05$  hasilnya 0,00 masih dibawah titik kritis, namun hal ini tidak serta merta menyatakan bahwa matrik input yang diprediksi tidak sama dengan matrik input sebelumnya. Joreskog dan Sorbom (1989) dalam Wijanto (2008) menyatakan bahwa  $\chi^2$  seharusnya lebih diperlakukan sebagai ukuran *goodness of fit* atau *badness of fit* bukan sebagai uji statistik. Disebut sebagai *badness of fit* karena nilai  $\chi^2$  lebih besar menunjukkan kecocokan yang tidak baik (*bad fit*) sedangkan nilai  $\chi^2$  yang kecil menunjukkan kecocokan yang baik (*good fit*).

b. Uji Validitas dan Realibilitas setelah di respesifikasi

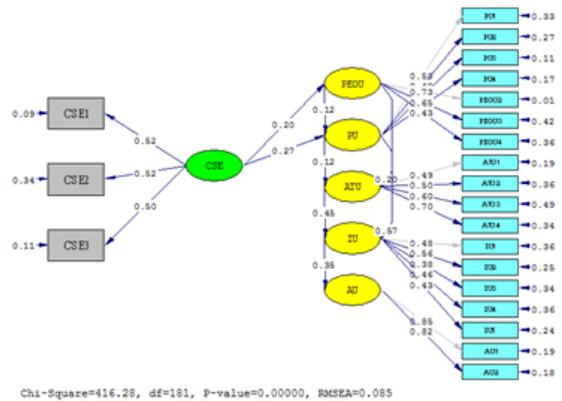
Berikut adalah hasil uji validitas yang diukur dari *loading factors* dan *standardized loading factors* dengan hasil baik,

Sedangkan uji realibilitas dilakukan dengan mencari besaran *composite reliability* dan *variance extracted* dari masing-masing variabel laten dengan menggunakan *factor loading* dan *measurement error*. *Composite reliability* menyatakan ukuran konsistensi internal dari indikator sebuah konstruk yang menyatakan derajat masing-masing indikator. Hal ini mengindikasikan konstruk yang umum. Sedangkan *variance extracted* menunjukkan indikator tersebut telah mewakili secara baik konstruk laten yang dikembangkan (Ghazali:2008).

C. Model Struktural

Jika sebuah *measurement model* telah lolos dari pengujian, maka proses pengujian dapat dilakukan dengan menguji *structural model* (Singgih Santoso, 2011 dalam Embun Fajar Wati, 2012).

Berikut adalah gambar model berbasis struktural.



Gambar 6. Model Struktural

a. Uji Normalitas

Sebuah data dinyatakan normal apabila nilai Statistic pada Skewness dan Kurtosis secara absolut bernilai kurang dari 2,58 pada tingkat signifikansi 0,05 (lampiran 8). Hasil menunjukkan bahwa nilai Statistic pada Skewness dan Kurtosis secara absolut bernilai kurang dari 2,58 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal

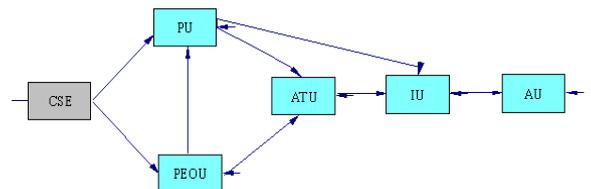
b. Uji outlier

Uji Outlier dilakukan dengan melihat nilai standarisasi atau Z score digunakan untuk mengetahui apakah sebuah jawaban memiliki distribusi normal dengan melihat tidak ada nilai Z score yang di luar dari nilai  $\pm 4,0$  (lampiran 9). Hasil menunjukkan nilai Z score tidak ada yang melebihi  $\pm 4,0$  sehingga disimpulkan tidak terjadi outlier pada data penelitian ini.

D. Uji Jalur

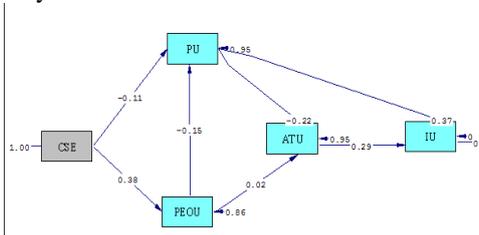
a. Model Jalur Awal

Model struktural yang tidak fit atau tidak memenuhi persyaratan, akan dikonversikan menjadi model jalur. Hasil transformasi data ordinal ke interval ada dalam lampiran 10. Berikut adalah hasilnya pada gambar 7.



Gambar 7. Model Jalur Awal

Setelah model jalur awal pada gambar 4.7 dianalisis, didapatkan hasil *tValue* dan *Standar Loading Factor*. Hubungan kausal antar path akan digunakan jika memenuhi kriteria yaitu titik kritis .



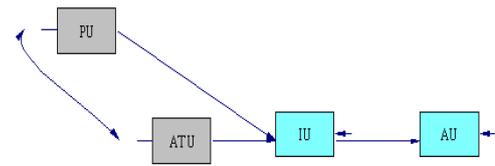
Gambar 8. Uji Jalur

Menurut Rigdon dan Ferguson (1991) dan Doll, Xia, dan Torkzadeh (1994) dalam Wijanto, 2008 menyatakan suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika nilai *t* lebih besar dari nilai kritis  $\geq 1,96$  dan *standardized loading factor*  $\geq 0,70$ . Igbaria.et.al (1997) dari Hait.et.al (1995) dalam Wijanto (008) menyatakan bahwa muatan faktor standar  $\geq 0,50$  adalah *very significant*.

Huruf yang dicetak tebal pada tabel dianggap tidak signifikan dan akan dikeluarkan dari model. Hubungan antara CSE (*Computer Self Efficacy*) dengan PU (*Perceived Usefulness*), PEOU (*Perceived Easy of Use*) dengan PU (*Perceived Usefulness*), dan PEOU (*Perceived Easy of Use*) dengan PU (*Perceived Usefulness*), PU (*Perceived Usefulness*) dengan ATU (*Attitude Towards Using*), PEOU (*Perceived Easy of Use*) ATU (*Attitude Towards Using*), dianggap tidak signifikan karena nilai *t* kurang dari 1,96 dan *Standardized Loading Factornya* kurang dari 0,5. Sedangkan nilai CSE (*Computer Self Efficacy*) dengan PEOU (*Perceived Easy of Use*) terhapus dari jalur karena variabel PEOU (*Perceived Easy of Use*) tidak signifikan dengan variabel lainnya. Kemudian hubungan yang dianggap signifikan adalah hubungan antara PU (*Perceived Usefulness*) dengan IU (*Intention to Use*), ATU (*Attitude Towards Using*) dengan IU (*Intention to Use*), IU (*Intention to Use*) dengan AU (*Actual Usage*).

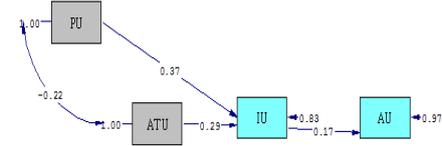
E. Model Jalur Akhir

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka model akhir yang di dapatkan adalah sebagai berikut:



Gambar .9. Model Jalur Akhir

Berikut adalah model jalur akhir setelah dilakukan pengujian.



Chi-Square=9.70, df=2, P-value=0.00784, RMSEA=0.146

Gambar 10. Model Jalur Akhir dengan *Standardized Loading Factor*

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. H<sub>1</sub> : Tidak Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Computer Self Efficacy* terhadap *Perceived Usefulness*.
2. H<sub>2</sub> : Tidak Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Computer Self Efficacy* terhadap *Perceived Easy of Use*.
3. H<sub>3</sub> : Tidak Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Easy of Use* terhadap *Perceived Usefulness*.
4. H<sub>4</sub> : Tidak Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Easy of Use* terhadap *Attitude Towards Using*.
5. H<sub>5</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Towards Using*.
6. H<sub>6</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*.
7. H<sub>7</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Attitude Towards Using* terhadap *Intention to Use*.
8. H<sub>8</sub> : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Intention to Use* terhadap *Actual Usage*.
9. Model penelitian ini terbukti baik dan dan hasil dapat digunakan pada sampel penelitian.

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran untuk perbaikan dalam Faktor-faktor

Yang Mempengaruhi Penggunaan *e-commerce* sebagai media transaksi penjualan pada Usaha Pengrajin Sepatu Sandal di Kota Bogor ini yaitu:

1. Diperlukan variabel pengukuran yang lebih banyak lagi untuk mengetahui seberapa besar tingkat penggunaan *e-commerce* pada jangka waktu tertentu dan sosialisasinya pada bidang usaha yang lain.
2. Perlunya diadakan pelatihan dan seminar mengenai pemanfaatan *e-commerce* sebagai media transaksi penjualan oleh pemerintah daerah dan dinas terkait agar meningkatkan kinerja dan omset penjualan para pengusaha yang tentunya berimbas pada meningkatnya pertumbuhan perekonomian nasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti. 2011. "Kajian Model dan Persepsi Penerimaan/Penggunaan *Student Information Services* : Studi Kasus Perguruan Tinggi Raharja". Program Studi Magister Ilmu Komputer, Universitas Budi Luhur.
- Aditya Rendragraha. 2011. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna *e-commerce* dengan metode TAM. Skripsi. STIE Perbanas.Surabaya.
- Addelia Rosarindry Poetri. "Adopsi *e-commerce* dengan pendekatan TAM. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Ainur Rofiq. 2007. "Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan *e-commerce*". Tesis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Asing-Cashman, Joyce Georgina; Obit, Joe Henry; Bolongkikit, Jetol dan Geoffrey Harvey Tanakinjal. 2004. "An Exploratory Research of the Usage Level of E-commerce among Small and Medium Enterprises (SMEs) in the West Coast of Sabah, Malaysia", <http://www.handels.gu.se/ifsam/Streams/etmisy/175final.pdf>.
- Bachrudin, Achmad & Harapan L Tobing. 2003. Analisis Data untuk Penelitian Survey dengan Menggunakan Lisrel 8. FMIPA UNPAD. Bandung.
- Compeau, D.R. and Higgins, C.A. .*Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test.*, *MIS Quarterly* (19:2), 1995, pp. 189-211.
- Davis, FD. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.* *MIS Quarterly*, 73(3), 319-340.
- Davis, Fred D. 1986. "Measurement Scales for Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use", <http://wings.buffalo.edu/mgmt/courses/mgtsand/success/davis.html>, (retrieved 23Desember 2005)
- Fajar Wati, Embun. 2012. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Warnet : Studi Kasus Warnet Sarang Bangsawan, Parung Serab. STMIK Nusa Mandiri. Jakarta.
- Fatimah, Fety. 2011. Faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to use e-journal* studi kasus Universitas Ibnu Khaldun Bogor. STMIK Nusa Mandiri. Jakarta.
- Ghozali, Imam & Fuad. 2005. *Struktural Equation Modelling: Pengantar.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Muschlihah, dkk. 2012. Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan *Online* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. Universitas Bhayangkara, Surabaya.
- Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi. 2001. "Mengenai eCommerce", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Perpres No. 112 Tahun 2007, *Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Lembaran Negara Presiden Republik Indonesia, 2007.

- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods. Bandung. Alfabeta.
- Utami, Christina Whidya, 2006, *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta, Salemba Empat.
- Wijanto, Setyo Hari. 2008. *Structural Equation Model Dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Vidi Arini Yulimar. 2006. "Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi pengadopsian *electronic commerce* dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan". Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.  
[www.teknojurnal.com](http://www.teknojurnal.com) diakses pada bulan Juni 2012.
- [www.alexaco.com](http://www.alexaco.com) diakses pada bulan Maret 2012
- [www.kotabogor.go.id](http://www.kotabogor.go.id) diakses pada bulan Mei 2012.

#### **BIODATA PENULIS**

**Enok Tuti Alawiyah, M.Kom** adalah Staff Pengajar di Akademi Bina Sarana Informatika aktif mengajar sampai saat ini dan selalu membantu mahasiswa dalam melakukan penelitian dan Membimbing mahasiswa Tugas Akhir Program D3 pada AMIK BSI.