

BAB I

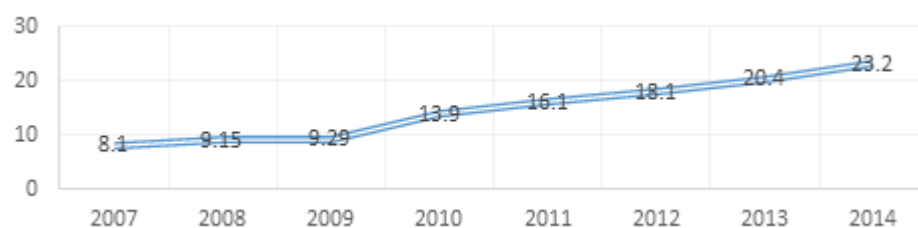
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi internet telah mampu menghubungkan konsumen, distributor, produsen dan pemasok kedalam sebuah sistem, sehingga mempermudah produsen dalam memproses jumlah produknya karena ada jaminan dari pemasok, menjamin ketersediaan barang bagi konsumen dan mampu menciptakan sistem pengiriman barang ke konsumen dengan lebih cepat. Dengan sistem yang terintegrasi ini maka transformasi informasi dari konsumen ke pedagang / distributor, pabrikan dan pemasok menjadi lebih cepat sehingga mampu menanggapi perubahan kondisi pasar dengan cepat. Sistem ini dibagi menjadi dua yaitu sistem yang menghubungkan entitas pemasok dengan entitas produsen yang disebut dengan *supply chain management system* (SCM) dan sistem yang menghubungkan produsen dengan konsumen yang disebut *Customer Relationship Management* (CRM).

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu bentuk dukungan teknologi informasi yang membantu bagian penjualan dalam mengelola proses penjualan sehingga lebih efektif, seperti membuat janji dengan konsumen, menentukan rute perjalanan, presentasi penjualan, meningkatkan pengetahuan tenaga penjual tentang produk yang ditawarkan maupun konsumen yang dilayaninya (Honeycutt *et al.*, 2005) dengan mengembangkan dan membina hubungan dengan konsumen untuk jangka yang panjang (Ingram, *et al.*, 2002).

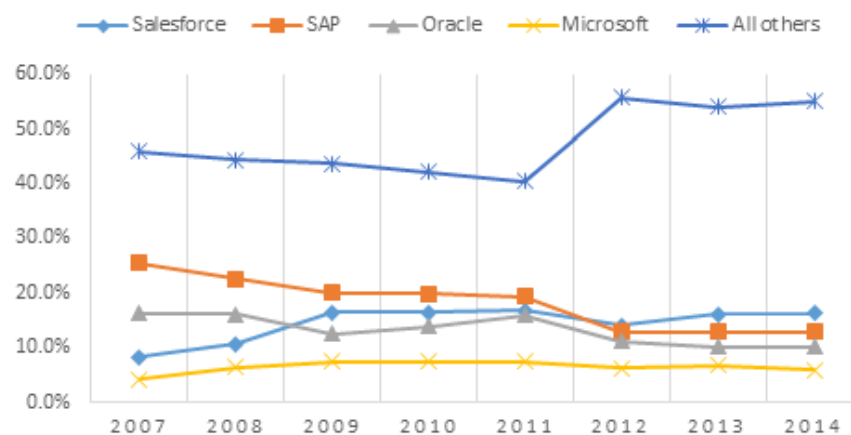
Sistem CRM biasanya menyediakan perangkat lunak dan peralatan secara online untuk penjualan (*Sales Force Automation*), pelayanan pelanggan (*Customer Service*) dan pemasaran (*Marketing*). Perkembangan pengguna CRM di dunia semakin banyak seperti terlihat pada gambar 1.1. dimana nilai penjualan software tersebut dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2014 yang selalu meningkat hingga mencapai nilai 23.2 milyar dolar.



Gambar 1.1. Penjualan CRM dalam milyar dolar amerika

Sumber : Gartner annual market share, 2015

Tabel penjualan tersebut didasarkan pada hasil penjualan dari pengembang-pengembang ternama seperti Oracle-owned Siebel Systems and PeopleSoft, SAP, Salesforce.com, dan Microsoft Dynamics CRM. Prosentase penjualan dari masing-masing pengembang terlihat seperti dalam Gambar 1.2 dimana produk dari SAP masih mendominasi pasar CRM dunia.



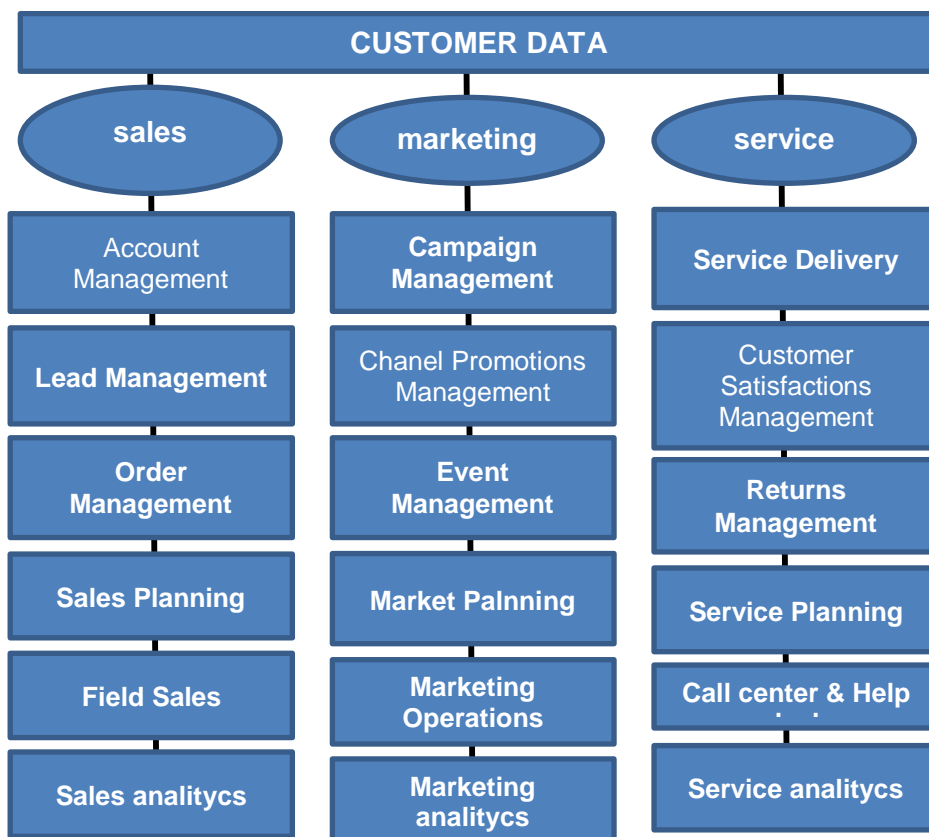
Gambar 1.2. Market share software CRM

Sumber : Gartner annual market share, 2015

Sebagai sistem yang termasuk sistem berukuran besar perangkat lunak CRM memiliki tiga bagian kegiatan atau fungsi, yaitu:

a) Fungsi pemasaran (*marketing*)

Otomatisasi pemasaran (*marketing automation – MA*) adalah pemanfaatan teknologi pada proses-proses pemasaran. Perangkat lunak MA menawarkan berbagai kemampuan sekaligus, antara lain segmentasi konsumen, manajemen kampanye promosi, dan pemasaran berbasis *event* (*event-based marketing*). Perangkat lunak itu juga memudahkan pemakainya mengeksplorasi data tentang pelanggan untuk menjalin komunikasi dan memberikan penawaran kepada pelanggan yang dianggap potensial.



Gambar 1. 3. Kemampuan Software CRM
Sumber : Laudon and Laudon (2012)

Otomatisasi pemasaran memudahkan perusahaan dalam mengembangkan, mengatur anggaran, serta melaksanakan kampanye-kampanye komunikasi dengan para pelanggan.

b) Fungsi penjualan (*sales*)

Otomatisasi penjualan atau yang disebut juga dengan *sales-force automation* (SFA) dibutuhkan untuk mengelola berbagai aktivitas penjualan perusahaan. Proses-proses penjualan dapat diuraikan menjadi beberapa tahap yaitu: menjaring prospek (*lead generation*), kualifikasi prospek (*lead qualification*), identifikasi kebutuhan, pengembangan spesifikasi, pembuatan proposal, presentasi proposal, mengatasi penolakan dan realisasi penjualan. Perangkat lunak yang digunakan dalam otomatisasi penjualan ini dapat dikonfigurasi sedemikian rupa sehingga secara spesifik modelnya dapat disesuaikan dengan proses penjualan yang diterapkan di dalam suatu organisasi atau industri.

c) Fungsi pelayanan (*service*)

Dengan adanya otomatisasi pelayanan, perusahaan dapat menjalankan fungsi pelayanan terhadap para pelanggan secara otomatis, baik melalui *call center* ataupun *contact center* yang mereka miliki. Atau, melalui fasilitas website perusahaan, bahkan melalui tatap muka secara langsung antara petugas pelayanan dengan pelanggan di lapangan.

Pada ketiga fungsi tersebut juga dilengkapi fasilitas untuk melakukan analisis data atau disebut *Analytical CRM*. *Analytical CRM* adalah analisis data yang diperoleh dari operational CRM dengan memanfaatkan alat dan perangkat lunak untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku pelanggan atau kelompok pelanggan.

Otomatisasi penjualan sebagai bagian dari CRM adalah fungsi dimana tenaga penjual mampu melakukan penjualan secara elektronik dengan bantuan perangkat lunak dan perangkat keras komputer (Riversand Dart 1999). Manfaat sistem penjualan otomatis diantaranya mengelola data pelanggan, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan secara umum meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja (Irfan Sabir *et al.*, 2013). Jika aplikasi ini dijalankan di sebuah perangkat *mobile* seperti smartphone atau PDA, maka sistem ini disebut *Mobile Sales Force Automation* (m-SFA), (Ben Moussa, 2005). Masalah terbesar dalam penerapan m-SFA ini adalah bahwa tenaga penjual tidak mengoperasikan sistem dengan baik, karena bersikap resisten terhadap inovasi (Cho, 2008). Tim penjual beranggapan bahwa dalam mengadopsi teknologi baru terlalu banyak usaha yang harus dilakukan dalam mempelajari sedangkan mereka merasa tidak mendapatkan keuntungan apa-apa (Honeycutt *et al.*, 2005). Penggunaan SFA ini dapat meningkatkan produktifitas tenaga penjual, mempercepat tanggapan terhadap keinginan konsumen dan juga meningkatkan efisiensi dalam operasionalisasinya (Thiangtam *et al.*, 2013). Dengan demikian upaya agar para tenaga penjual atau tenaga penjual mau dan mampu menggunakan teknologi ini menjadi penting. Studi tentang m-SFA ini menarik karena ditemukan banyak perbedaan opini antara manajer penjualan dengan tenaga penjual sistem ini dibidang penjualan (Scornavacca and Sutherland,2008). Hal tersebut tidak lepas dari kenyataan bahwa sebagian besar literatur tentang m-SFA masih terpusat pada dampak teknologi ini terhadap kinerja organisasi bukan pada individu penggunanya dan manfaat teknologi ini dari sudut pandang manajer bukan pengguna dilapangan (BenMoussa, 2005; Scornavacca and Sutherland,2008).

Oleh banyak pengguna, teknologi *mobile* dinilai lebih rentan dalam menghadapi peretasan dibandingkan dengan teknologi yang menggunakan saluran tetap seperti kabel (*wired*). Faktor keamanan ini pula yang sering melatarbelakangi seseorang untuk menghindari penggunaan teknologi *mobile* untuk tujuan yang lebih serius atau formal seperti transaksi keuangan. Sehubungan dengan keamanan pada perangkat *mobile*, perusahaan harus mengenali risiko teknologi *mobile* dan mempunyai komitmen dalam melawan kerentanan, inventarisasi data yang bernilai tinggi, evaluasi penanggulangan untuk mengurangi risiko dan menerapkan strategi peningkatan keamanan (Milligan and Hutcheson, 2008).

Gangguan pada perangkat *mobile* yang paling umum adalah: virus, pencurian data penting, penyadapan (*sniffer*) nirkabel, kehilangan, pencurian atau kerusakan perangkat, penggunaan PDA sebagai *proxy* untuk membangun koneksi virtual dari penyerang ke jaringan internal, kerugian / kebocoran data karena sedikit jejak tapak dan portabilitas, penipuan yang diaktifkan dari akses jarak jauh atau menyalin data sensitif dalam jumlah besar, spam yang menyebabkan gangguan dan menaikkan biaya layanan jika disasarkan ke perangkat *mobile*, dan *Malformed Short Message Service* (SMS), yaitu pesan yang dapat menyebabkan kerusakan perangkat untuk kecelakaan (Milligan and Hutcheson, 2008). Tabel 1.1 memperlihatkan ancaman keamanan yang mungkin terjadi dan cara mengatasinya.

Meskipun ada kelemahannya dari sisi keamanan namun teknologi *mobile* memberi dampak yang signifikan terhadap operasi bisnis, khususnya untuk meningkatkan efisiensi dengan cara (1) menurunkan biaya transaksi, (2) mempersingkat waktu transaksi, (3) meningkatkan kemungkinan untuk mencapai

kesepakatan dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan (4) dapat menangani permintaan pelanggan lebih banyak. Teknologi *mobile* dapat dengan mudah diadopsi oleh sebagian besar perusahaan, bahkan adopsi teknologi *mobile* adalah suatu keharusan untuk operasi bisnis modern (Yu, 2002).

Tabel 1.1. Ancaman Keamanan Sistem *mobile* dan Cara Mengatasinya

Aplikasi	Ancaman Keamanan	Cara mengatasi	Dampak resiko dan biaya
Cek email	- Virus, worm atau malware	- Jangan membuka setiap <i>link</i> atau lam-piran - Lihat pesan – tanpa click - Gunakan software anti spam - Pasang firewall - Atur pilihan untuk mencegah install atau eksekusi program pada perangkat <i>mobile</i> - Hati-hati terhadap koneksi yang mencurigakan dan perbarui konfirmasi	Resiko : - Banyak kemungkinan Biaya untuk mengatasi : - Perhatian dan cerdas - rendah - Software – US\$30-US\$80 per user per tahun
Pengelolaan informasi pribadi (kontak, catatan, daftar pekerjaan, kalender dll.)	- Kehilangan data yang sensitive	- Buat sandi untuk data dalam tempat penyimpanan data - Minimum, gunakan pass-word dalam penyimpan flash atau MMC - Matikan koneksi Bluetooth jika tidak digunakan - Jangan atur perangkat sebagai ditemukan jika menggunakan bluetooth	Resiko : - Banyak kemungkinan Biaya untuk mengatasi : - Perhatiandan cerdas rendah
Komunikasi Global	- Kehilangan atau kecurian perangkat - Menyadap dengan cara meng-crack GPS untuk mengetahui protocol aslinya - Mencegat pertukaran data	- Gunakan akses jarak jauh untuk membersihkan memory - Ketika menggunakan VPN untuk data yang sensitive dan sasaran yang bernilai tinggi gunakan Session Initiation Protocol (SIP) yang sesuai dengan VoIP client. Gunakan Advanced Encryption Standard (AES) - Jangan gunakan layanan softphone pada PDA bisnis	Resiko : - Banyak kemungkinan Biaya untuk mengatasi : - Perhatiandancerdasrendah - Alat - US\$80-US\$100 per user per tahun

Lanjutan tabel 1.1

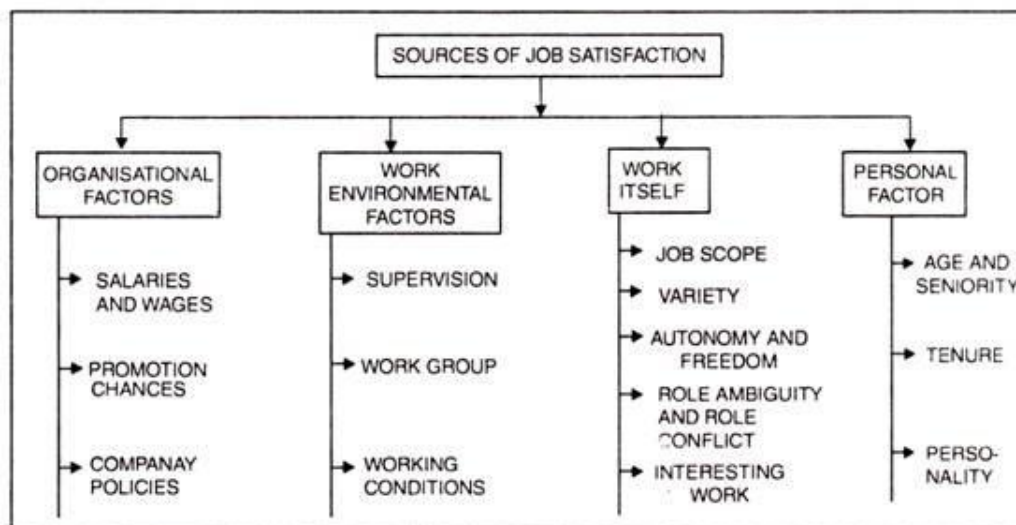
Aplikasi	Ancaman Keamanan	Cara mengatasi	Dampak resiko dan biaya
Akses aplikasi bisnis	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan proxy untuk membuat koneksi virtual dari seorang penyerang ke aplikasi internal - Menghancurkan data bisnis - Penipuan dengan akses jarak jauh atau menyalin sejumlah data penting 	<ul style="list-style-type: none"> - Gunakan firewall untuk meminimumkan akses - Hindari hak akses istimewa melalui perangkat wireless - Gunakan 2 tingkat otentikasi untuk akses - Minimum gunakan password untuk melindungi flash atau MMC - Sandikan data dengan teknologi terbaru 	Resiko : <ul style="list-style-type: none"> - Banyak kemungkinan Biaya untuk mengatasi : <ul style="list-style-type: none"> - Perhatian cerdas rendah - Kebanyakan perangkat <i>mobile</i> terbaru punya pilihan penyandian, sedikit biaya tetapi mungkin ada penurunan kinerja

Sumber : Milligan and Hutcheson (2008)

Kelebihan dari teknologi *mobile* yang lain adalah kemampuannya untuk melakukan pemantauan elektronik, yang memungkinkan pimpinan untuk melacak dan memantau kegiatan karyawan termasuk aktifitas akses dan browsing di internet termasuk isi email (Wen, 2007). Pengusaha percaya bahwa pemantauan elektronik sangat penting untuk meningkatkan produktivitas karyawan (Flanagan, 1994) dan hak bagi pengusaha karena mereka bertanggung jawab atas semua kegiatan, termasuk informasi perusahaan dan keselamatan karyawan selama jam kerja (Lee and Kleiner, 2003). Namun dari sisi pekerja pemantauan elektronik ini dapat mengakibatkan kurangnya privasi di tempat kerja, dapat memunculkan perilaku karyawan yang negatif, kontribusi yang rendah dalam pekerjaan, absensi, perasaan tidak dipercaya, tekanan kerja dan memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan (Vorvoreanu and Baton, 2000; Oz, 1998). Karyawan bekerja dengan membawa tujuan masing-masing yang berbeda satu dengan yang lain. Mereka mendapatkan kepuasan kerja apabila mereka mampu mewujudkan cita-cita dan mencapai target mereka. Kepuasan kerja mereka menurun apabila tujuan mereka terhadap perusahaan

semakin jauh. Untuk mempertemukan keinginan perusahaan dengan karyawan, perlu diambil langkah-langkah yang dapat meningkatkan perasaan aman dalam bekerja, upah yang memadai, peluang promosi, kesempatan untuk menunjukkan kemampuan diri mereka sendiri, keadilan kelembagaan dan komitmen organisasi (Chang, Shih, and Lin, 2010). Secara umum faktor-faktor yang menciptakan kepuasan kerja dapat dibagi dalam dua kelompok besar yaitu yang pertama adalah faktor lingkungan kerja dan orientasi pekerjaan, yang kedua adalah kepribadian dan cara hidup individu. Interaksi antara kedua variabel tersebut akan mempengaruhi kepuasan kerja atau *job satisfaction* (Spector, 1997).

Keberhasilan dan pertumbuhan setiap organisasi tergantung pada kumpulan individu, termasuk pemimpin dan bawahan, dan perasaan mereka terhadap pekerjaan mereka. Perusahaan atau organisasi memahami bahwa kepuasan kerja karyawan akan menentukan keberlanjutan perusahaannya. Kepuasan kerja menjadi variabel yang sangat penting dalam organisasi. Beberapa penelitian membuktikan bahwa kepuasan kerja dapat mempengaruhi kinerja karyawan (Hui, 2006), perilaku organisasi secara umum dan perilaku *turn over*. Dari sekian faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja dapat dirangkum menjadi 4 kelompok besar yaitu Faktor dari dalam Organisasi (*Organizational factors*), Faktor Lingkungan kerja (*Work environmental factors*), karakter pekerjaan itu sendiri (*work it self*) dan Faktor pribadi pekerja (*Personal factors*). Gambar 1.4 memperlihatkan aspek-aspek yang paling mempengaruhi kepuasan kerja.



Gambar 1.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Kerja Karyawan
 Sumber : Venkatesh (2016)

Dalam penelitian tentang hubungan antara penggunaan teknologi informasi dengan kepuasan kerja di lingkungan industri konstruksi di Jordania ditemukan bahwa investasi teknologi informasi berdampak signifikan terhadap kepuasan kerja (Sweis,2010). Semakin tinggi nilai investasi di bidang teknologi informasi semakin tinggi pula kepuasan kerja yang akan dirasakan. Dalam sebuah penelitian tentang penerapan teknologi informasi dan komunikasi dibidang penjualan kepada para tenaga penjual farmasi di India, ditemukan bahwa penggunaan teknologi informasi berdampak terhadap kepuasan kerja meskipun tidak secara langsung (Limbu *et al.*, 2014), tetapi melalui tenaga administrasi penjualan (kegiatan *non selling*). Jika kinerja pekerjaan administrasi meningkat karena bantuan teknologi informasi, maka akan meningkatkan kepuasan kerja tenaga penjual (*sales force*). Hasil berbeda diperoleh pada penelitian terhadap staf akademik di sebuah universitas di Nigeria tentang hubungan antara penggunaan teknologi informasi dikampus dengan kepuasan kerja, diperoleh temuan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara

penggunaan teknologi informasi dengan kepuasan kerja (Adetoro, 2014). Ketidadaan hubungan yang signifikan ini dikarenakan bahwa kepuasan kerja di lingkungan perguruan tinggi lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor intrinsik seperti tanggung jawab, kemampuan manusia, pertumbuhan dan kematangan pribadi (Korunka dan Vitouch, 1999).

Untuk dapat menggunakan teknologi dengan baik sehingga mampu meningkatkan kualitas kerjanya diperlukan dukungan teknis berupa bimbingan, pelatihan, dan konsultasi dalam menggunakan teknologi (Wilson, 1991; Pijpers *et al.*, 2001). Pentingnya dukungan teknis untuk keberhasilan TI telah disorot dalam banyak studi (Igarria, 1994; Igarria *et al.*, 1997; Amoroso and Cheney, 1991). Berbagai jenis dukungan teknis (sebagian besar yang diakses secara *online* atau melalui *call center*) memiliki dampak yang signifikan positif terhadap keberhasilan penerapan TI. Selanjutnya, semakin besar tingkat dukungan teknis yang diberikan, semakin besar kemungkinan dari keberhasilan penerapan TI, tingginya tingkat dukungan teknis diperkirakan meningkatkan keyakinan tentang keuntungan penerapan teknologi antara individu (Igarria *et al.*, 1997), selain itu dukungan teknis berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived* kemudahan (Ngai *et al.*, 2007, Kwak *et al.* 212). Dalam penelitian tentang penggunaan teknologi kesehatan di Amerika diperoleh kesimpulan bahwa dukungan teknis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan (Cascio *et al.*, 2010), sebaliknya dalam penelitian yang lain tentang implementasi ERP dukungan teknis dari konsultan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan (PU) (Son *et al.*, 2012).

Selain dukungan teknis, pelatihan juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi penerimaan TI dalam sebuah organisasi (Cheney *et al.*,

1986). Pelatihan yang tepat akan meningkatkan kemungkinan bahwa penerapan TI dapat diterima, karena pelatihan memberikan pemahaman dan pengalaman yang lebih baik terhadap teknologi (Raymond, 1988 ; Venkatesh and Morris, 2000). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan mempunyai dampak yang signifikan positif terhadap *perceived* kemudahan (Igbaria *et al.*, 1997; Thong *et al.*, 1996; Son *et al.*, 2012; Kwak *et al.*, 2012).

Sikap individu terhadap teknologi baru sangat dipengaruhi oleh karakteristik pekerjaannya (Kieras, 1985; Kim and Garrison, 2009). Ketika seorang individu merasakan teknologi baru sesuai untuk pekerjaannya, individu tersebut cenderung untuk menerimanya. Sebaliknya, ketika seseorang merasakan teknologi baru tersebut tidak relevan dengan pekerjaannya, individu cenderung menolaknya. Studi empiris telah menemukan bahwa kesesuaian dengan pekerjaan berpengaruh signifikan positif terhadap *perceived* kegunaan (Venkatesh and Morris, 2000; Mokhtarian and Salomon, 1997; Pérez *et al.*, 2004; Son *et al.*, 2012).

Komitmen yang kuat dari pucuk pimpinan, termasuk pemimpin senior organisasi, sangat penting untuk memastikan penerimaan teknologi dengan menciptakan lingkungan yang mendukung TI dalam organisasi, sehingga komitmen manajemen berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan (Weill, 1992; Bajwa, 1998; Cascio *et al.*, 2010; Al-alak dan Alnawas, 2011). Namun penelitian terdahulu menemukan bahwa dukungan pimpinan puncak secara signifikan berpengaruh kepada persepsi kegunaan (PU) (Igbaria *et al.*, 1997; Lewis *et al.*, 2003 dan Son *et al.*, 2012).

Menurut teori difusi inovasi yang dibangun oleh Rogers (1983), keputusan individu untuk mengadopsi teknologi tipe baru dipengaruhi oleh kekuatan sosial

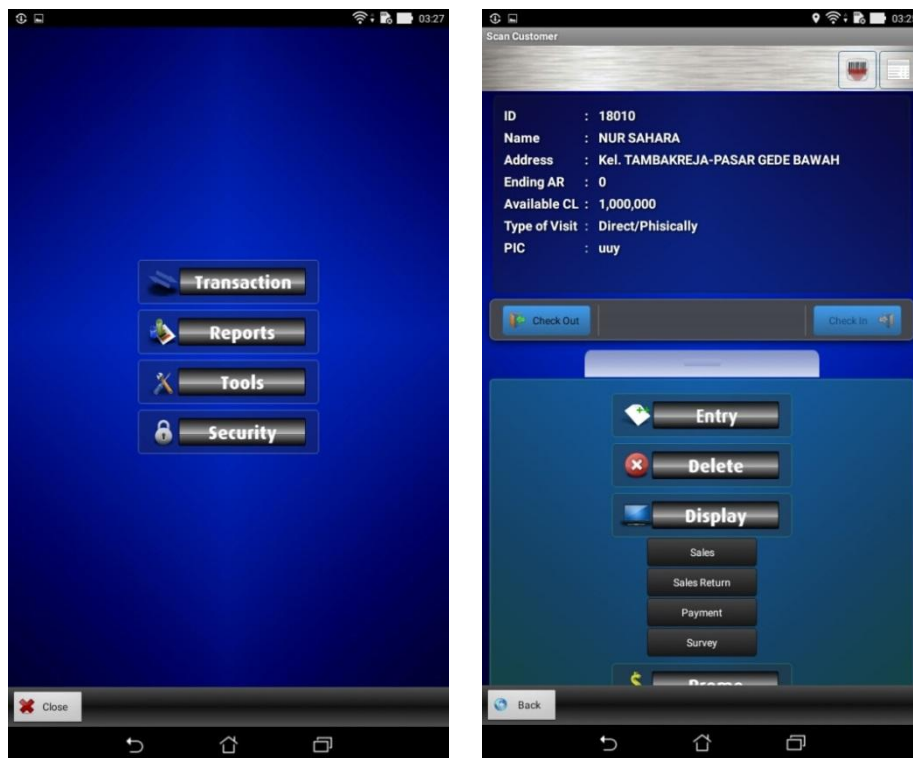
untuk memenuhi keinginan diri sendiri atau karena pendapat orang lain. Pengaruh sosial adalah kunci munculnya teori penerimaan TI, seperti *reason action theory* (Fishbein and Ajzen, 1975), *planned behavior theory* (Ajzen, 1985), *technology acceptance model* (Davis, 1989), dan *the unified theory of acceptance and use of technology* (Venkatesh *et al.*, 2003). Individu cenderung mengadopsi perangkat komputasi *mobile* untuk meningkatkan status sosial (Pedersen, 2005; Kulviwat *et al.*, 2009). Pengaruh sosial memiliki dampak pada keputusan individu untuk menerima TI (Venkatesh and Morris., 2000; Lewis *et al.*, 2003) , dan memiliki pengaruh yang lebih besar ketika penggunaan TI bersifat wajib (Venkatesh and Morris, 2000; Mathieson, 1991). Studi empiris menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap *perceived* kegunaan (Venkatesh and Morris, 2000; Lee *et al.*, 2006; Son *et al.*, 2012).

Seseorang mengembangkan sikap positif atau negatif tentang penggunaan sistem *mobile* berdasarkan evaluasi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Taylor dan Todd, 1995). Jika sebuah sistem dirasakan sulit dalam penggunaannya, maka pengguna cenderung akan bersikap negatif terhadap sistem tersebut (Beckers dan Bsat, 2008). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel kemudahan dengan variabel kegunaan (Robinson *et al.*, 2005; Shen *et al.*, 2006; Revels *et al.*, 2010; Sanchez dan Hueros, 2010; Mohdsuki dan Mohdsuki, 2011; Pai and Huang, 2011;Maier *et al.*, 2012; Son *et al.*, 2012; Mariani *et al.*, 2013). Namun hal berbeda ditemukan oleh Lo *et al.* (2012) dalam penelitiannya tentang dampak penggunaan media pelajaran kreatif yang berupa software permainan terhadap mahasiswa, yang menemukan bahwa tidak ada hubungan secara signifikan antara variabel kemudahan dengan variabel kegunaan.

Penerapan sistem *mobile* yang menggunakan *smartphone* sebagai perangkat utamanya dilengkapi kemampuan untuk mengetahui lokasi perangkat sekaligus penggunanya, fitur tersebut dikenal dengan istilah *location based service*. Secara tidak langsung dengan adanya fitur tersebut, maka manajemen mampu melakukan monitoring keberadaan pengguna atau karyawan tersebut dilapangan. Monitoring atau pemantauan elektronik ini dapat berdampak pada berkurangnya kepuasan kerja dan perasaan stress diantara karyawan (Aiello and Shao, 1993). Selain itu, perubahan dalam organisasi merupakan ancaman bagi karyawan, maka akan mengakibatkan penurunan kepuasan kerja bagi karyawan (Cunningham, 2006). Namun dari sudut pandang berbeda penggunaan teknologi ini dapat pula meningkatkan kinerja bagi penggunanya jika diisi dengan sistem perangkat lunak yang sesuai dengan pekerjaannya. Salah satu sistem tersebut adalah CRM yang mampu mendekatkan hubungan antara penjual/produsen dengan konsumen sehingga pelayanan terhadap konsumen menjadi lebih baik dan dengan demikian akan berdampak kepada meningkatnya penjualan (Avlonitis and Panagopoulos, 2005; Singh and Venugopal, 2015).

PT Indomarco Adi Prima (PT IAP) adalah salah satu unit bisnis dari PT Indofood Sukses makmur Tbk yang bergerak dibidang distribusi *consumer goods*. PT IAP mendistribusikan mayoritas produk-produk Indofood, ke beberapa area di Indonesia, mulai dari pasar modern hingga ke pasar tradisional. Saat ini, PT IAP memiliki 25 cabang di beberapa kota besar di Indonesia dengan lebih dari 1100 Stock Point dengan lebih dari 300.000 outlet. Dengan jumlah karyawan lebih dari 10.000 orang dan omset penjualan tidak kurang dari 15 triliun per tahun menjadi PT IAP sebagai salah satu distributor terbesar di Indonesia. Agar efisiensi dan efektifitas penjualan dapat dicapai, maka sejak tahun 2010 PT

IAP menerapkan sistem CRM berbasis *mobile* bagi tenaga penjual di lapangan atau yang dikenal dengan sebutan m-SFA dari SAP. Tujuan awal dari penggunaan sistem ini adalah tercapainya target *one day delivery*, peningkatan *call* dan *efektif call*, peningkatan penjualan dan penagihan, pengukuran kinerja tenaga penjual. Dan jika data hasil transaksi sudah diperoleh maka diharapkan data dapat menghasilkan informasi yang baik untuk dasar pembuatan keputusan manajemen. Sistem ini adalah aplikasi yang tertutup yang diujukan khusus untuk tenaga penjual di PT IAP. Cara mengoperasikannya mudah dengan struktur menu yang sederhana disesuaikan dengan kebutuhan tenaga penjual di lapangan, seperti terlihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.5. Antarmuka mSFA
Sumber : Data Penelitian

Sebelum menggunakan m-SFA, tenaga penjual setiap pagi sebelum berangkat ke lapangan harus membawa buku nota pemesanan, faktur-faktur yang jatuh tempo dan buku rencana perjalanan tenaga penjual. Tenaga penjual akan mencatat pesanan pelanggan di buku nota pesanan. Setelah sampai di kantor pada sore harinya, data nota pesanan ini akan dimasukkan ke dalam komputer dan keluarlah faktur penjualan. Barang-barang akan disiapkan oleh gudang pada sore dan malam hari untuk dapat dikirim esok harinya. Jadi dengan sistem yang manual; maka barang akan terikirim paling cepat satu hari sesudah pemesanan. Dengan banyak dokumen yang harus dibawa maka kemungkinan ada yang dokumen yang terlewat atau hilang, sehingga penagihan harus dilakukan di hari lain. Jika periode pembayaran hanya satu bulan sekali, maka berarti pembayaran akan mundur satu bulan. Belum lagi informasi tentang program penjualan khusus atau promo yang juga harus diinformasikan ke pelanggan sangat mungkin akan terlewat.

Perusahaan melalui para manajernya berusaha untuk memberi pelatihan dan bantuan teknis serta dukungan kepada para tenaga penjual untuk meningkatkan persepsi kemudahan dan akhirnya meningkatkan persepsi kemanfaatan sistem tersebut. Karena dari kedua persepsi itulah diharapkan para tenaga penjual mampu menggunakan sistem dengan baik dan berkelanjutan. Namun sampai dengan menginjak tahun ke-7 penggunaan, sistem tetap belum mampu menghasilkan informasi yang akurat dan layak untuk dasar pengambilan keputusan. Karena adanya masalah tersebut maka peneliti tertarik menggunakannya sebagai tempat penelitian.

Adanya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu terhadap beberapa variabel yang mempengaruhi penerimaan teknologi informasi menjadikan

penelitian dibidang ini masih cukup terbuka. Masih terbatasnya penelitian tentang dampak atau hasil penerimaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2007) penelitian terdahulu tentang penerimaan teknologi informasi biasanya dimulai dari variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan dan terhenti pada variabel penggunaan atau penerimaan. Di sisi lain penelitian tentang manfaat teknologi informasi biasanya dimulai dari penggunaan sampai dengan dampaknya terhadap organisasi. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan model yang dimulai dari variabel yang mempengaruhi penerimaan teknologi sampai dengan dampaknya terhadap pribadi pengguna. Banyak penelitian terdahulu tentang penggunaan m-SFA dilakukan dengan sampel dari pimpinan atau manajer dan kaitannya dengan kinerja organisasi (Kwak *et al.*, 2012; Rodriguez and Trainor, 2016). Penelitian ini berfokus kepada pengguna di lapangan yaitu tenaga penjual atau tenaga penjual dan dampaknya terhadap kepuasan kerja karyawan tersebut. Peneliti juga mencoba mencari hubungan antara dukungan teknis terhadap sikap menggunakan dan kepuasan kerja, sebagai kebaruan dari peneliti terdahulu. Dukungan teknis yang baik bukan hanya meningkatkan persepsi kemudahan tetapi semakin meyakinkan pengguna untuk terus menggunakan teknologi tanpa rasa takut karena adanya dukungan teknis yang selalu memberi solusi saat pengguna mengalami kesulitan dan pada akhirnya diharapkan bahwa adanya dukungan teknis ini terciptalah kepuasan kerja bagi pengguna. Dengan menggabungkan variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan dan dampak penggunaan terhadap individu menjadikan model penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Kepuasan kerja karyawan akan berpengaruh terhadap kinerja, oleh sebab itu maka peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan khususnya tenaga penjual saat menggunakan sistem m-SFA supaya tujuan dari penerapan teknologi ini oleh perusahaan dapat tercapai dengan optimal diukur dari semakin berkualitasnya informasi yang mampu disajikan sistem. Dengan kualitas informasi yang semakin baik maka pimpinan mampu membuat keputusan yang semakin baik pula.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latarbelakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah Dukungan teknis (*technical support*) berpengaruh terhadap Kemudahan (*Ease of use*) menggunakan mSFA?
2. Apakah Pelatihan (*training*) berpengaruh terhadap Kemudahan menggunakan mSFA?
3. Apakah Relevansi pekerjaan (*Job relevance*) berpengaruh terhadap Kegunaan (*Usefulness*) dari mSFA?
4. Apakah Dukungan manajemen (*Management support*) berpengaruh terhadap Kegunaan mSFA?
5. Apakah Faktor sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap Kegunaan mSFA?
6. Apakah Kemudahan menggunakan mSFA berpengaruh terhadap Kegunaan mSFA?
7. Apakah Kemudahan menggunakan mSFA berpengaruh terhadap Penggunaan mSFA (*mSFA usage*)?

8. Apakah Kegunaan mSFA berpengaruh terhadap Penggunaan mSFA?
9. Apakah Penggunaan mSFA berpengaruh terhadap Kepuasan kerja (*Job Satisfaction*)?
10. Apakah Penggunaan mSFA berpengaruh terhadap Kinerja ?
11. Apakah Kepuasan kerja berpengaruh terhadap Kinerja (*sales performance*)

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menjelaskan pengaruh Dukungan teknis terhadap Kemudahan menggunakan mSFA
2. Menguji dan menjelaskan pengaruh Pelatihan terhadap Kemudahan menggunakan mSFA
3. Menguji dan menjelaskan pengaruh Relevansi pekerjaan terhadap Kegunaan mSFA
4. Menguji dan menjelaskan pengaruh Dukungan manajemen terhadap Kegunaan mSFA
5. Menguji dan menjelaskan pengaruh Faktor sosial terhadap Kegunaan mSFA
6. Menguji dan menjelaskan pengaruh Kemudahan terhadap Kegunaan mSFA
7. Menguji dan menjelaskan pengaruh Kemudahan terhadap Penggunaan mSFA
8. Menguji dan menjelaskan pengaruh Kegunaan terhadap Penggunaan

mSFA

9. Menguji dan menjelaskan pengaruh Penggunaan mSFA terhadap Kepuasan kerja
10. Menguji dan menjelaskan pengaruh Penggunaan mSFA terhadap Kinerja
11. Menguji dan menjelaskan pengaruh Kepuasan kerja terhadap Kinerja

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah selesai penelitian ini maka hasilnya ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya bidang Sistem Informasi *Mobile*, yaitu :

1. Memberikan kontribusi empiris teori *Personal Computer Acceptance* (Igbaria, 1997), *Tecnology Acceptance Model 2 /TAM2* (Davis and Venkatesh, 2000) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model / MOPTAM* (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan bahwa dukungan teknis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kemudahan menggunakan teknologi, semakin baik dukungan teknik semakin menumbuhkan persepsi kemudahan bagi pengguna.
2. Memberikan kontribusi empiris teori *Personal Computer Acceptance* (Igbaria, 1997), *Tecnology Acceptance Model 2 /TAM2* (Davis and Venkatesh, 2000) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model /*

MOPTAM (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan bahwa pelatihan berpengaruh dalam memberikan persepsi kemudahan bagi pengguna.

3. Memberikan kontribusi empiris teori *Personal Computer Acceptance* (Igbaria, 1997), *Technology Acceptance Model 2 / TAM2* (Davis and Venkatesh, 2000) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model / MOPTAM* (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan bahwa relevansi pekerjaan berpengaruh terhadap kegunaan
4. Memberikan kontribusi empiris teori *Personal Computer Acceptance* (Igbaria, 1997), *Technology Acceptance Model 2 / TAM2* (Davis and Venkatesh, 2000) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model / MOPTAM* (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan dukungan manajemen berpengaruh terhadap persepsi kegunaan sebuah teknologi
5. Memberikan kontribusi empiris teori *Personal Computer Acceptance* (Igbaria, 1997), *Technology Acceptance Model 2 / TAM2* (Davis and Venkatesh, 2000) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model / MOPTAM* (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan faktor sosial berpengaruh terhadap kegunaan. Semakin besar faktor sosial yang mempengaruhi maka semakin besar pula persepsi kegunaan teknologi tersebut.
6. Memberikan kontribusi empiris teori *Technology Acceptance Model / TAM* (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap kegunaan, semakin besar persepsi kemudahan semakin besar pula persepsi kegunaan.
7. Memberikan kontribusi empiris teori *Technology Acceptance Model / TAM* (Davis, 1989) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model / MOPTAM*

(Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan teknologi.

8. Memberikan kontribusi empiris teori *Technology Acceptance Model* / TAM (Davis, 1989) dan *Mobile Phone Technology Acceptance Model* / MOPTAM (Van Biljon and Kotze, 2008) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan teknologi.
9. Memberikan kontribusi empiris Robbins, SP and Judge T.A. (2013) yang menyatakan bahwa penggunaan sebuah teknologi mampu mempengaruhi tingkat kepuasan kerja.
10. Memberikan kontribusi empiris Seashore (1975) dan Stoddard (2006) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja.
11. Memberikan kontribusi empiris Robbins, SP and Judge T.A. (2013) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi berpengaruh terhadap Kinerja

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini selain diharapkan memberikan manfaat teoritis, juga mampu memberikan manfaat praktis seperti sebagai berikut :

1. Memberi masukan bagi perusahaan tentang faktor-faktor internal dan eksternal organisasi yang perlu diperhatikan untuk suksesnya implementasi teknologi khususnya mSFA
2. Menyediakan model bagi perusahaan yang ingin melakukan penelitian tentang dampak implementasi sebuah teknologi atau sistem informasi yang baru bagi penggunanya.