#### BAB II

#### TINJAUAN PUSTAKA

# 2.1. Kajian Teori

Isi bab ini membangun landasan teori dengan cara mereview literaturliteratur yang bersesuaian dan membahas isu-isu yang kontroversial dan belum
ada jawabannya. Penelitian ini membahas tentang dampak penggunaan *mobile*sales force automation terhadap kepuasan kerja, maka struktur isi dalam bab ini
adalah sebagai berikut: Pertama tentang Sistem Informasi yang merupakan
cakupan terluar dari bidang penelitian ini. Kedua, teknologi mobile sales force
automation (m-SFA) dan sistem mobile. Ketiga tentang model-model yang
berhubungan dengan penerimaan teknologi. Keempat tentang industri distributor
dan sales force. Kelima tentang variabel-variabel yang digunakan dalam
penelitian. Juga penelitian-penelitian terdahulu tentang hubungan antar variabel.

#### 2.1.1. Sistem Informasi

#### 2.1.1.1. Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi dapat didefinisikan secara teknis sebagai satu kumpulan komponen yang saling terkait untuk mengumpulkan (atau mengambil), memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi guna mendukung pengambilan keputusan dan pengendalian dalam suatu organisasi (Laudon and Laudon, 2014). Namun dalam perkembangannya selain mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, dan pengendalian, sistem informasi dapatjuga membantu manajer dan pekerja menganalisis masalah, memvisualisasikan subyek yang kompleks dan menciptakan produk baru.

#### 2.1.1.2. Dimensi Sistem Informasi

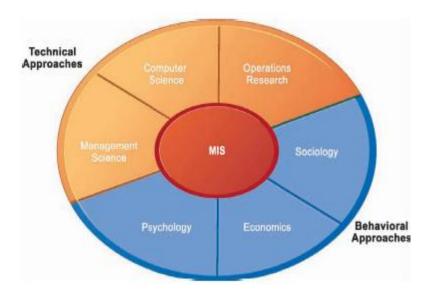
Sistem informasi mempunyai dimensi yang luas bukan hanya komputer saja. Agar dapat menggunakan sistem informasi secara efektif membutuhkan pemahaman tentang organisasi, manajemen,dan teknologi informasi yang membentuk menjadi sebuah sistem. Sebuah sistem informasi mampu menciptakan nilai bagi perusahaan sebagai solusi bagi organisasi dan manajemen untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh lingkungan.



Gambar 2.1. Dimensi Sistem Informasi

Sumber: Laudon and Laudon (2014)

Ruang lingkup sistem infromasi yang luas, mencakup multi disiplin ilmu sehingga tidak ada satupun teori atau sudut pandang yang dominan. Namun secara umum ruang lingkupnya dapat dibagi menjadi dua yaitu, pendekatann teknikal dan pendekatan perilaku. Pendekatan teknis untuk sistem informasi menekankan model berbasis matematika untuk mempelajari sistem informasi, serta teknologi fisik dan kemampuan formal sistem. Pendekatan perilaku lebih fokus pada perubahan sikap, kebijakan manajemen dan organisasi, dan perilaku yang diakibatkan oleh teknologi yang dimunculkan oleh sistem informasi.



Gambar 2.2. Pendekatan terhadap sistem informasi

Sumber: Laudon and Laudon (2014)

#### 2.1.1.3. Perkembangan Sistem Informasi

Implementasi Sistem informasi dalam dunia bisnis telah menghasilkan beberapa perubahan dan melahirkan produk, model bisnis bahkan budaya yang baru. Ada tiga perubahan yang saling terkait dalam bidang teknologi:

- 1. munculnya platform mobile digital,
- 2. perkembangan bisnis yang memanfaatkan "big data," dan
- pertumbuhan "cloud computing," dimana banyak perangkat lunak yang berjalan melalui Internet.

Semakin banyak komputasi dalam dunia bisnis beralih dari komputer personal (PC) ke perangkat *mobile*. Dengan perangkat ini koordinasi, komunikasi dan pertukaran informasi menjadi lebih cepat untuk mendukung pembuatan keputusan. Kekuatan komputasi awan (*cloud computing*) yang didukung oleh perkembangan platform yang berbasis *mobile* telah memunculkan budaya bekerja jarak jauh dan pendistribusian pembuatan keputusan. Perusahaan dapat dengan

mudah melakukan kolaborasi dengan pemasok dan pelanggan untuk menciptakan produk baru, atau membuat produk yang sudah ada secara lebih efisien.

Dalam perkembangannya peran sistem informasi memunculkan ketergantungan antara kemampuan perusahaan untuk menggunakan teknologi informasi dan kemampuan perusahaan untuk menerapkan strategi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan. Secara khusus, perusahaan melakukan investasi dalam bidang sistem informasi untuk mencapai enam tujuan bisnis strategis: keunggulan operasional; produk baru, jasa,dan model bisnis; hubungan pelanggan dan pemasok; meningkatkatkan pembuatan keputusan; keunggulan kompetitif; dan kelangsungan hidup. Oleh sebab itu kemudian muncul berbagai jenis sistem informasi. Namun munculnya system yang berbeda-beda telah memunculkan masalah baru yaitu kesulitan dalam pengendalian dan keterpaduannya. Salah satu cara adalah mengimplementasikan aplikasi perusahaan (enterprise apllication), yang akan menjangkau seluruh area fungsional, focus pada terlaksananya proses bisnis dan menjangkau seluruh tingkatan manajemen. Ada empat kategori utama aplikasi perusahaan yaitu:

- Sistem perusahaan (*enterprise system*), suatu sistem yang mengintegrasikan keseluruhan fungsi dalam organisasi ke dalam satu sistem
- Sistem pengelolaan rantai pasokan (supply chain management), adalah sistem yang menghubungkan semua pihak yang bersangkutan dan kegiatan yang terlibat dalam mengkonversikan bahan mentah menjadi barang jadi
- 3. Sistem manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management system*), yaitu sebuah sistem yang berfungsi mengelola data pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

4. Sistem manajemen pengetahuan (*knowledge management system*), adalah sistem yang diciptakan untuk memfasilitasi penangkapan, penyimpanan, pencarian, transfer dan penggunaan kembali pengetahuan

#### 2.1.2. Mobile Sales Force Automation (mSFA) dan perangkat mobile

## 2.1.2.1. Pengertian Mobile Sales Force Automation (mSFA)

Aplikasi Sales Force Automation (SFA) sudah dikenalkan sebagai sebuah teknologi yang dapat mendukung pekerjaan dari tenaga penjual dan manajer penjualan sejak tahun 1980-an. Ada beberapa literatur yang mendefinisikan SFA .

- Sistem SFA terdiri dari sebuah sistem database terpusat yang dapat diakses oleh komputer atau laptop dari jarak jauh melalui modem menggunakan software SFA sehingga penjual bisa mendapatkan berbagai informasi terkini (Parthasarathy and Sohi, 1997).
- Sistem SFA mendukung proses penjualan dengan meningkatkan kecepatan dan kualitas aliran informasi antara penjual, pelanggan dan perusahaan (Speier and Venkatesh, 2002).
- Sistem SFA adalah pemanfaatan perangkat keras dan perangkat lunak komputer untuk mengumpulkan, menganalisis dan menyebarkan informasi secara otomatis sehingga dapat meningkatkan produktivitas tenaga penjualan (Morgan and Tinta, 2001).

### 2.1.2.2. Ruang ligkup Sales Force Automation

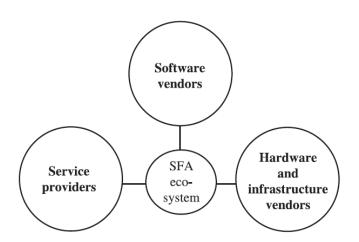
Ruang lingkup dari SFA terdiri dari penyedia perangkat lunak (software), penyedia perangkat keras (hardware) dan infrastrukturnya, penyedia layanan

jaringan (*service provider*). Ada banyak vendor SFA seperti salesforce, velocify, infusionsoft, blackbaud yang menyediakan software SFA dengan keunggulan dan platform masing-masing. Software SFA harus dijalankan dalam sebuah komputer yang terhubung dengan sistem komunikasi. Terkadang untuk sistem SFA yang lebih kompleks dibutuhkan lebih dari satu server. Perbedaan lokasi, ruang lingkup komunikasi dan jumlah konsumen yang dilayani akan membutuhkan infrastruktur software dan hardware yang berbeda. Karena karakteristik tenaga penjual yang harus bergerak dari satu tempat ke tempat lain untuk menemui pelanggannya dengan cepat maka SFA berbasis *mobile* menjadi sangat penting. Sistem ini bisa ditanamkan diberbagai perangkat *mobile* seperti smartphone atau tablet. Dengan demikian maka perlu ada sinkronisasi data antara data diperangkat yang dibawa tenaga penjual dengan database pusat. Agar data bisa selalu selaras dan update maka perlu provider yang mampu memberi dukungan lalu lintas data yang besar dan tersedia setiap waktu.

Sistem teknologi SFA mempunyai banyak kegunaan diantaranya untuk mengintegrasikan data konsumen dengan data perusahaan dan merupakan bagian untuk mengintegrasikan kegiatan penjualan dengan operasional perusahaan (Barker *et al.*, 2009). SFA diyakini mampu memberikan informasi dengan lebih cepat dan akurat (Speier and Venkatesh, 2002), lebih tanggap (Ahearne *et al.*, 2008; Huber, 1990) dan meningkatkan produktivitas secara umum melalui dukungannya untuk mengetahui kapabiltas pasar (Tanner and Shanon, 2005).

Menurut vendor dan konsultan SFA, penerapan SFA akan memberikan berbagai keuntungan diantaranya:

- Bagi tenaga penjual : memperpendek siklus penjualan, mempermudah mendapatkan peluang, meningkatkan persaingan
- Bagi manajer penjualan : meningkatkan produktifitas tenaga penjual, menigkatkan hubungan dengan pelanggan, meningkatkan akurasi laporan, mengurangi biaya penjualan
- Bagi manajer senior: memperlancar cashflow, meningkatkan pendapatan dari penjualan, meningkatkan marketshare, meningkatkan keuntungan(Buttle et al., 2006)



**Gambar 2.3. Ruang lingkup SFA** Sumber: Buttle *et al.*, 2006

Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa alasan utama sebuah perusahaan membeli dan menerapkan SFA adalah meningkatkan efisiensi (Erffmeyer and Johnson, 2001). Trend penelitian di bidang SFA masih cenderung pada implementasi dan adopsi teknologi SFA (Cascio *et al.*, 2010; Park *et al.*, 2010; Speier and Venkatesh, 2002; Venkatesh *et al.*, 2003), atau dampak penggunaan SFA terhadap tenaga penjual, kinerja tenaga penjual atau kinerja organisasi (Aheame *et al.*, 2004; Aheame *et al.*, 2008; Rangarajan *et al.*, 2005).

Dampak SFA terhadap organisasi menurut Kraemer dan Danzigger (1990) ada dua yaitu task dan non-task. Task berkaitan dengan dampaknya terhadap produktifitas sedangkan non-task berkaitan dengan dampaknya terhadap peningkatan kerja dan dampak sosial. Penelitian ini ingin menemukan dampak penggunaan mSFA terhadap kepuasan kerja dan kinerja tenaga penjual, dengan demikian akan memperkaya topik penelitian dibidang SFA. Ahearne et al., (2004) menemukan bahwa hubungan antara penggunaan SFA dengan kinerja tenaga penjual berbentuk kurva linear.Uji penerimaan teknologi SFA oleh tenaga penjualan pernah dilakukan oleh Bush et al., (2005) dan mendapatkan hasil bahwa 50% - 70% dari tenaga penjual sepakat menolak teknologi SFA. Penelitian yang lain menunjukkan bahwa tenaga penjual menolak sistem, menunjukkan ketidakpuasannya dengan meningkatnya absen dan turnover, kinerjaan juga tidak naik setelah penerapan SFA (Speier and Venkatesh, 2002). Faktor-faktor yang menentukan kesuksesan penerapan SFA terbagi ke dalam lima kategori variabel yaitu, budaya organisasi, hal yang berhubungan dengan proyek, hubungan antar pribadi, intra-personal dan teknikal (Buttle, 2006).

Setelah perangkat handphone khususnya smartphone berkembang, maka sistem SFA juga diterapkan di perangkat ini dan dikenal dengan istilah *mobile sales force automation*. Sebuah alat disebut perangkat *mobile*, karena perangkat ini dapat dibawa kemana-mana (portable) contohnya handphone, laptop, PDA, GPS. Perangkat *mobile* muncul pada saat ditemukannya handphone atau telpon genggam oleh Martin Cooper pada tahun 1973<sup>1</sup>. Teknologi handphone terus berkembang dari sisi fitur, kapasitas penyimpanan, kecepatan jaringan sehingga sampai saat ini dikenal sudah ada 4 generasi (4G) handphone. Ada yang

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon\_genggam

memiliki fitur GPS, memiliki kapasistas multimedia (foto, video, perekam suara dan transmisi), pemrosesan data, dan akses internet. Sejak handphone generasi ke-3 (3G), jaringan internet sudah dapat dijangkau, handphone juga kemudian dilengkapi sistem operasi layaknya sebuah komputer, maka lalu munculah istilah *smartphone* untuk menyebut handphone yang mampu menjalankan aplikasi layaknya komputer. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Bowden dkk., adopsi perangkat komputasi *mobile* atau *mobile* phone dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam hal perbaikan proses (Bowden, Dorr, Thorpe, Anumba, and Gooding, 2005).

Keberhasilan segala bentuk teknologi informasi (TI) yang disediakan oleh pimpinan maupun pemilik organisasi/perusahaan tergantung pada kesediaan karyawan untuk menggunakannya dalam melaksanakan tugas mereka. *Return on investment* di bidang TI sering sangat rendah karena penolakan karyawan untuk menggunakan TI yang tersedia bagi mereka atau keengganan mereka untuk menggunakannya secara maksimal (Basaglia *et al.*, 2009). Untuk mencapai *return on investment* yang tinggi di bidang TI dan menyadari manfaatnya, maka perusahaan perlu memahami terlebih dahulu penerimaan dan manfaat TI oleh karyawan (Venkatesh and Davis, 2000). Kurangnya penerimaan TI oleh pengguna merupakan kendala utama pada keberhasilan implementasi TI dalam organisasi (Davis, 1989; Dillon and Moris, 1996).

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu Penerapan SFA/mSFA

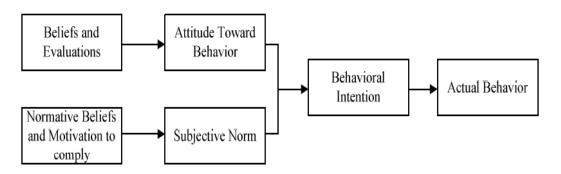
Peneliti	Tujuan dan Metode	Hasil Penelitian
	Penelitian	
Stoddard et al., 2006	Dampak penggunaan SFA terhadap kinerja tenaga penjual karena dampaknya terhadap efektifitas proses penjualan dan kemudahan pengelolaan tagihan	Pemahaman terhadap SFA berdampak positif terhadap efektifitas proses penjualan dan pengelolaan piutang/tagihan, meningkatkan kemungkinan bekerja lebih cerdas membuat kerja lebih efisien. Pengelolaan piutang yang lebih mudah dan proses penjualan yang lebih efektif sebagai dampak penggunaan SFA akan meningkatkan kinerja pekerjaan dan kepuasan kerja
Scornavacca& Sutherland, 2008	Dampak penerapan <i>mobile</i> sales force automation terhadap kinerja indvidu tenaga penjual	Dari sisi manajer berkeyakinan bahwa penerapan mSFA berdampak positip terhadap proses penjualan, tetapi dari sudut pandang tenaga penjual menyatakan bahwa kualitas seorang tenaga penjual dalam hal menjalin hubungan dengan pelanggan, pengetahuan pasar dan keinginan untuk pindah (keluar) tidak dapat digantikan atau dibantu oleh teknologi mobile. mSFA juga berdampak terhadap efisiensi waktu dan kemampuan memberikan informasi kepada pelanggan. Secara umum penerapan mSFA mampu meningkatkan kinerja tenaga penjual
Wright et al., 2008	Meneliti variabel organisasi dan strategi yang berhubungan dengan pengalaman penggunaan SFA di lingkungan perusahaan jasa keuangan di UK	Penggunaan SFA masih terbatas, informasi yang disediakan belum bisa menjadi dasar pencapaian strategi oleh manajer sales/marketing. Penerapan SFA masih sebatas untuk memenuhi kebutuhan manajer dan hal ini menjadi hambatan bagi tenaga penjual, terlihat dari minimnya informasi yang dapat dihasilkan SFA
Robinson <i>et al.</i> , 2005	Meneliti hubungan antara kegunaan (PU), kemudahan (PEOU), perilaku (Attitude) dan niat untuk menggunakan (Intention to use technology). Juga hubungan antara penerimaan teknologi terhadap adaptasi praktek penualan dan kinerja tenaga penjual.	Ada hubungan yang positif antara PU, PEOU dengan Attitude. Selanjutnya jika Attitude semakin tinggi maka Intention to use technology juga semakin tinggi. Penelitian ini juga menem ukan bahwa meskipun tidak ada hubungan secara langsung antara Intention to use technology dengan kinerja pekerjaan namun secara positif berhubungan dengan adaptasi praktek penjualan yang akan meningkatkan kinerja pekerjaan

# 2.1.3. Model-model Penerimaan teknologi

# 2.1.3.1. Technology Acceptance Model (TAM) dan perkembangannya

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) diusulkan oleh Davis (1989) dan Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989) sebagai

instrumen untuk memprediksi tingkat penerimaan sebuah teknologi baru oleh organisasi atau kelompok yang dikembangkan berdasarkan theory of reasoned action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein and Ajzen tahun 1975 (Fishbein and Ajzen, 1975), seperti yang terlihat pada gambar 2.4. Menurut TRA, niat berperilaku (behavioral intention) adalah salah satu yang mempengaruhi perilaku aktual (actual behavior). Sedangkan seseorang mempunyai niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh norma subyektif (subjective norm) yang dianut dan sikapnya (attitude toward behavior). Teori ini juga mengatakan bahwa, sikap seseorang terhadap perilaku (attitude toward behavior) ditentukan dua hal yaitu 1) keyakinan bahwa perilaku tertentu akan menyebabkan hasil tertentu dan 2) evaluasi hasil perilaku itu. Jika hasilnya tampaknya bermanfaat bagi individu, maka individu tersebut mungkin kemudian berniat untuk atau benar-benar berpartisipasi dalam perilaku tertentu.



Gambar 2.4. Kerangka Kerja *Theory Reasoned Action* (TRA)

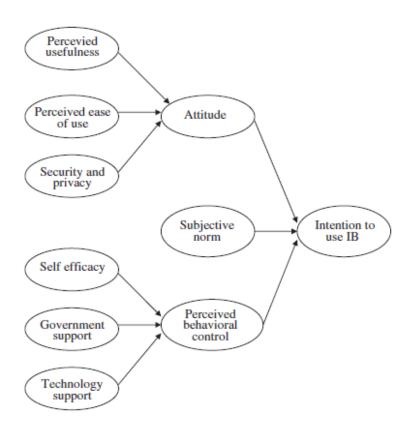
Sumber: Fishbein and Ajzen (1975)

Sedangkan norma subyektif (*subjective norm*) adalah persepsi seseorang yang dipengaruhi kepercayaan orang lain disekitarnya. Norma subjektif ini, dipengaruhi oleh dua komponen: 1) keyakinan normatif (*normative beliefs*) yaitu sesuatu tentang apa yang saya pikir orang lain ingin atau harapkan dari saya untuk melakukan dan 2) motivasi untuk memenuhi (*motivation to comply*) yang

dimaksudkan sebagai betapa pentingnya bagi saya untuk melakukan apa yang saya pikir orang lain harapkan. Teori ini cukup dikenal di bidang studi psikologi.

Theory of planned behavior (TPB) diusulkan oleh Ajzen (Ajzen, 1985) sebagai perluasan dari theory of reasoned action (Fishbein and Ajzen, 1975) untuk kondisi di mana individu tidak memiliki kendali penuh atas perilaku mereka (Ajzen, 1991). TPB menunjukkan bahwa selain pengaruh sikap dan normatif, anteseden ketiga teori disebut kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control = PBC), juga mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku aktual diperlihatkan pada Gambar 2.5.

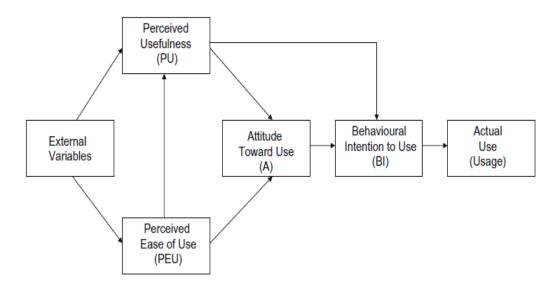
Model ini mencerminkan tingkatan bagian perasaaan individu yang berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap perilaku yang bisa dan yang tidak bisa dikendalikan. *Perceived behavioral control* menunjukkan bahwa motivasi seseorang dipengaruhi oleh sulit atau mudahnya perilaku yang diharapkan, serta persepsi tentang bagaimana individu bisa sukses atau tidak melakukan aktivitas tersebut. *Perceived behavioral control* dapat mempengaruhi niat berperilaku baik secara langsung atau tidak langsung



Gambar 2.5. Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) Sumber: Ajzen (1985)

TAM mengemukakan hipotesis bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi dapat dijelaskan dari sisi internal pengguna, seperti keyakinan, sikap dan niat. Dengan demikian TAM dapat digunakan untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi masa depan dengan menerapkan TAM pada saat teknologi baru itu dikenalkan. TAM menggunakan empat variabel internal untuk mengetahui minat untuk menggunakan suatu teknologi, variabel tersebut adalah : persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use/PEU*), persepsi kegunaan (*Perceived of Usefulness/PU*), sikap untuk menggunakan (*attitude toward use/*A) dan niat perilaku untuk menggunakan (*behavioural intention to use /*BI). TAM menggunakan BI sebagai variabel dependen sekaligus variabel independen, dimana BI sebagai variabel dependen digunakan untuk menguji validitas variabel

PU dan PEU dan sebagai variabel independen untuk memprediksi penggunaan aktual (Davis, 1989; Davis*et al.*, 1989).

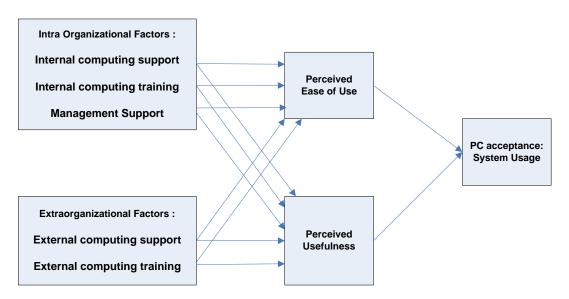


Gambar 2.6. Model Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber: Davis (1989)

Igbaria et al., (1997) mengembangkan model untuk mengetahui faktorfaktor yang mempengaruhi penerimaan komputer pribadi (PC) di perusahaan yang berukuran kecil. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model determinan penerimaan komputasi personal dan untuk memeriksa dampak langsung dan tidak langsung dampak dari determinan penerimaan. Penelitian ini hanya terpusat pada penentu penggunaan bukan pada faktor eksternal yang mempengaruhi penentu tersebut (Misalnya, manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan). juga mengusulkan bahwa dua faktor intra dan ekstra organisasi yang mempengaruhi penerimaan komputer akan personal. Hipotesisnya adalah bahwa faktor intra dan ekstra organisasi diharapkan mempengaruhi penerimaan komputer personal secara tidak langsung melalui efek mereka pada persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan.

Venkatesh dan Davis (2000) mengembangan TAM2, menggunakan dasar model TAM dengan membuang variabel *attitude towards use* (A) dan menambahkan dua variabel yaitu:



Gambar 2.7. Factors Affecting Personal Computing Acceptance in Small Firms

Sumber: Igbaria et al., (1997)

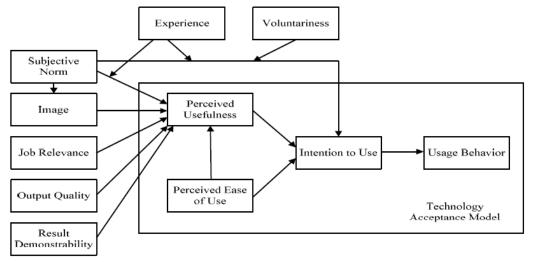
- Variabel Faktor sosial yang terdiri dari norma subyektif (Subjective Norm),
   kesukarelaan (Voluntarines), dan citra (image).
- Variabel Instrumen Kognitif seperti Relevansi pekerjaan, Output Quality,
   Result Demonstrability dan Perceived Usefulness

Kedua variabel tersebut dianggap penting untuk mempelajari penerimaan pengguna. Selanjutnya Venkatesh, Morris, dan Davis(2003) mengembangkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) melalui review dan konsolidasi konstruksi dari beberapa model berikut (Venkatesh *et al.*, 2003): teori alasan bertindak (TRA) (Fishbein, 1975), model penerimaan teknologi (TAM) (Davis, 1989), model motivasi(Davis, 1992), teori perilaku yang

direncanakan (TPB) (Ajzen, 1991), sebuah teori yang menggabungkan model perilaku yang direncanakan / penerimaan teknologi (Taylor, 1995), model pemanfaatan PC (Thompson, 1991), teori difusi inovasi (Rogers, 2003), Persepsi karakter inovasi (PCI) (Moore, 1991) dan teori kognitif sosial (Compeau, 1995). UTAUT (Venkatesh*et al.*, 2003) menggunakan harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi fasilitas sebagai penentu niat berperilaku dan perilaku untuk menggunakan, serta menggunakan usia, jenis kelamin, pengalaman dan kerelaan untuk menggunakan sebagai variabel mediasi untuk keempat variabel bebas yang menentukan niat berperilaku dan perilaku untuk menggunakan.

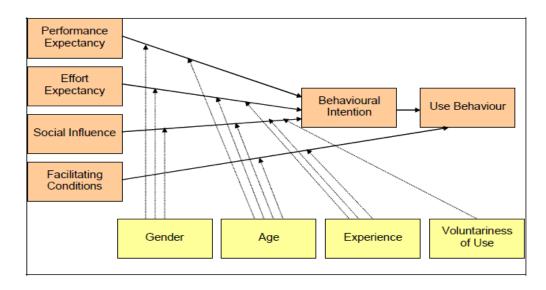
Gambar 2.8. Model Technology Acceptance Model 2 (TAM2)

Sumber: Venkatesh and Davis (2000)



Dari model-model teori tentang penerimaan teknologi didapat bahwa variabel-variabel dalam TAM seperti Kegunaan (PU), kemudahan (PEU) dan Behavioral Intention (BI) masih sangat handal untuk digunakan diberbagai masalah (King and He, 2006). Pengaruh PU terhadap BI begitu sangat mendalam

mencakup sebagian besar dari PEU. Dampak variabel PEU terhadap BI dalam konteks penggunaan sistem berbasis internet adalah penting.



**Gambar 2.9. Model UTAUT** Sumber: Venkatesh*et al.* (2003)

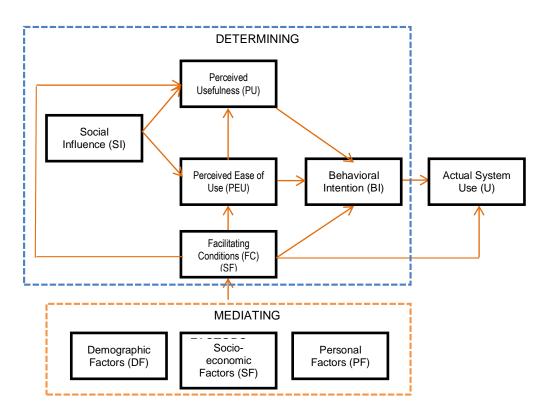
#### 2.1.3.2. Mobile Phone Technology Acceptance Model (MOPTAM)

MOPTAM dimunculkan oleh Van Biljon dan Kotzé(2008) dengan melakukan penelitian tentang pengaruh budaya dalam model penerimaan dan penggunaan telpon selular (*mobile* phone). Memadukan model penerimaan teknologi (TAM) dari Davis, UTAUT dan model dari Kwon dan Chindambaram (Kwon and Chindambaram, 2000) ditambahkan dengan faktor-faktor yang berkaitan dengan penggunaan telpon selular, model yang dibentuk ini dikenalkan dengan nama *Mobile Phone Technology Acceptance Model* (MOPTAM). Berbeda dengan TAM, karena model MOPTAM memasukkan Faktor sosial (pengaruh sosial) dan bagaimana mengkondisikan *(facilitating conditions)* dalam konteks penggunaan sistem *mobile*. Perbedaannya dengan model UTAUT terletak pada faktor mediasi, variabel eksternal yang mempengaruhi, dan bahwa UTAUT

diperuntukkan untuk teknologi secara umum sedangkan MOPTAM dikhususkan untuk teknologi yang berbasis telpon seluler atau sistem *mobile*.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel attitude toward use dengan faktor penentu lain. Artinya variabel kemudahan (PEU) dan variabel kegunaan (PU) tidak berpengaruh terhadap variabel attitude toward use, dan sesuai dengan pengamatan secara kualitatif bahwa faktor kemudahan menggunakan (PEU) dan kegunaan (PU) tidak menghalangi seseorang untuk menggunakan teknologi telpon seluler. Inilah alasan MOPTAM menghilangkan variabel Attitude yang merupakan variabel dalam TAM.

Ditemukan pula bahwa ada hubungan yang signifikan antara *Demographic Factor* (faktor-faktor demografis) dan *Personal Factors* (faktor personal) terhadap Kemudahan (PEU). *Facilitating Conditions* (kesiapan infrastruktur) juga berpengaruh terhadap variabel PEU serta variabel PU, yang mana hal ini tidak tergambarkan dalam model UTAUT. Ditemukan pula bahwa *Facilitating Conditions* (FC) juga berpengaruh besar terhadap variabel *Actual System Use* (U). Hal inilah yang mendasari ditambahkannya variabel *Personal Factors* dalam model MOPTAM, seperti juga pengaruh kesiapan infrastruktur. Sehingga dalam model ini variabel *Attitude* dihilangkan dan ditambahkan hubungan antara variabel FC ke PEU, PU dan U. Yang paling membedakan antara model MOPTAM dengan model yang lain adalah adanya faktor personal (PF) dan faktor infrastruktur (FC), mengingat telpon seluler adalah perangkat yang bersifat pribadi.



Gambar 2.10. *Mobile Phone Technology Acceptance Model* (MOPTAM) Sumber : Van Biljon and Kotzé (2008)

Penelitian ini menggunakan model dari MOPTAM yang dimodifikasi. Karena sifat penggunaan alatnya adalah wajib maka peneliti menghilangkan variabel *Behavioral Intention*. Penelitian ini juga merupakan ujian dari model TAM untuk diterapkan pada sebuah proses bisnis dengan responden adalah tenaga penjual. Sebab penelitian yang menggunakan model TAM selama ini lebih banyak diterapkan pada sistem otomatisasi perkantoran dengan mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa (Legris *et al.*, 2003). Dengan menambahkan variabel Kepuasan Kerja dan Kinerja, maka penelitian ini juga tidak sekedar laporan penerimaan teknologi tetapi ke dampak yang lebih jauh lagi yaitu dampak dari penggunaan sistem tersebut.

## 2.1.4. Distributor dan ruang lingkup kerja tenaga penjual

Distributor adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri, yang ruang lingkupnya meliputi kegiatan pembelian, penyimpanan, penjualan, serta pemasaran barang atau jasa<sup>2</sup>. Beberapa faktor kunci sukses (*critical success factor*/CSF) perusahaan yang bergerak di bidang distribusi barang adalah:

- 1. Tenaga penjual (Sales Person atau sales force)
  - Untuk dapat meningkatkan tingkat pendapatan dari penjualan produk, dibutuhkan sejumlah tenaga penjual yang yang cakap dari segi keahlian dan kemapuan dalam menjual produk.
- 2. Pengantaran barang yang tepat waktu (*On-time Delivery*)

Untuk memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumennya, maka distributor ataupun penjual, harus mampu memberikan pengantaran barang tepat waktu, baik kepada penjual ritel ataupun pengguna akhir. Keterlambatan dalam pengiriman barang berpotensi masuknya pesaing kedalam pasar yang telah dibentuk dan ini berarti bisa kehilangan konsumen yang beralih ke produk pesaing.

3. Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

Seperti layaknya perusahaan lain yang bergerak dibidang penjualan barang dan jasa, kepuasan pelanggan mempunyai faktor yang amat penting bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Karena pelanggan yang puas:

- a. Dapat memberikan referensi positif kepada calon pelanggan lain
- b. Dapat melakukan pembelian ulang (repeat order) yang kedua, ketiga,

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 11/M-DAG/PER/3/2006

keempat, dst kepada perusahaan

- c. Dapat menghemat biaya pemasaran yang dibutuhkan
- 4. Akurasi jumlah stok (*Stock Accuracy*)

Laporan stok persediaan yang akurat merupakan senjata yang utama dalam menghadapi pelanggan dan pesaing. Dengan memiliki barang dengan jumlah yang proporsional yang selalu siap dijual (*ready stock*), berpeluang untuk meningkatkan posisi tawarnya kepada pelanggan, dan juga untuk mengalahkan pesaing. Namun sebaliknya kelebihan stok barang juga akan menjadi beban inventori (gudang), dan berpotensi kerugian karena barang yang rusak akibat terlalu lama disimpan dalam gudang.

Hadirnya teknologi komputer dalam proses penjualan merupakan tantangan dan sekaligus peluang. Banyak perangkat lunak dari berbagai vendor dengan berbagai fungsi tersedia di pasar perangkat lunak juga dengan harga yang bervariasi. Diperlukan kecermatan dalam memilih teknologi agar sesuai dengan kebutuhan. Sebenarnya tidak ada teknologi yang lebih baik atau lebih murah untuk diaplikasikan melainkan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis/organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan distributor, penggunaan teknologi komputer bagi tenaga penjual bisa menjadi hal yang strategis. Menurut Colombo, ada tiga cara utama bagaimana teknologi dapat membantu para tenaga penjual bekerja dengan lebih pintar (Colombo, 2001), yaitu;

1. Mengotomatisasi tugas untuk menghemat waktu. Ada banyak perangkat lunak untuk mengotomatisasi tugas tenaga penjual, seperti melacak informasi prospek (siapa yang anda telepon, kapan anda menelepon mereka, kapan anda melakukan tindak lanjut, dan sebagainya) dan informasi pembelian (siapa yang membeli apa, kapan dibelinya, dan kapan pembayaran diterima).

Beberapa perangkat lunak dapat menyediakan ringkasan tentang dimana anda berada dalam siklus penjualan dengan berbagai pelanggan, bisa menghasilkan daftar 10 teratas (atau sejumlah berapa pun) pelanggan dengan penjualan tertinggi atau sebaliknya. Tugas-tugas semacam ini, yang dulunya menyita waktu beberapa jam, sekarang bisa diselesaikan dalam hitungan detik. Banyak pekerjaan kecil, seperti mengirimkan surat terima kasih, bisa dilakukan hampir tanpa usaha. Semua tenaga penjual tahu betapa efektifnya mengirimkan surat terima kasih sesegara mungkin setelah pertemuan atau hubungan telepon pertama dengan pelanggan yang prospektif, namun persentase tenaga penjual yang betul-betul mengirimkan surat seperti itu sangat kecil. Teknologi memberi kesempatan tenaga penjual untuk konsentrasi pada pekerjaan utama, dan prioritasnya, dengan memberi kemampuan untuk mengotomatisasi tugas-tugas sederhana. "Di dalam dunia yang sempurna, semua surat akan ditulis tangan dan seluruhnya dipersonalisasikan," kata Colombo. "Tapi bagi kebanyakan tenaga penjual, titik keputusannya bukanlah tulis tangan versus hasil komputer. Titik keputusannya adalah hasil komputer atau tidak terkirim sama sekali.

- 2. Aksesibilitas informasi. Dunia penjualan berubah dengan cepatnya. Komunikasi ke pelanggan dilakukan dengan banyak cara seperti penggunaan call center, perwakilan pelayanan pelanggan, atau seseorang dari pengiriman atau operasi. Ketika informasi pelanggan dimasukkan ke dalam sistem komputer, semua orang punya akses untuk melihatnya.
- 3. **Menambahkan ilmu pada seni**. Kegiatan menjual adalah gabungan antara seni dan ilmu. Adalah "seni" yang akan yang akan membuat seorang tenaga penjual mempunyai keteguhan hati, keuletan, sikap dan kemampuan untuk

membangun hubungan. Teknologi tidak akan mampu menggantikan fungsi tersebut untuk menghasilkan penjualan. Namun, teknologi bisa membuat seluruh proses penjualan menjadi lebih mudah dan lebih efektif. Teknologi adalah alat bantu untuk meningkatkan kemampuan menjual dengan: 1) membantu meriset calon pelanggan sebelum penjualan, dan 2) membantu menjaga pelanggan setelah penjualan.

Kita tidak bisa menghindari kenyataan bahwa teknologi semakin menjadi bagian dari aktifitas bisnis, karena teknologi dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dengan pelanggan melalui situs web, E-mail maupun sms. Teknologi dapat membantu dalam mengumpulkan data dan menciptakan berbagai informasi yang dapat membantu dalam menyusun strategi dan menentukan sasaran penjualan. Teknologi juga mampu memberikan kecepatan layanan bagi pelanggan, kecepatan pemesanan bahan baku ke pemasok, kecepatan dalam mempublikasikan produk baru. Hasil survei mobile ad networks Admob, memperlihatkan mobile berdampak 55% dalam purchasing decision konsumen, disusul selanjutnya TV (49%) dan komputer desktop (39%)<sup>3</sup>. Dari sudut pandang model bisnis, melalui teknologi internet, terbukti bahwa teknologi mampu melakukan perubahan model bisnis dengan cepat. Secara intuitif, fleksibilitas dan kecepatan adalah kondisi yang diperlukan untuk dapat meningkatkan daya saing (Eisenhardt dan Brown, 1998).

Sales force adalah kelompok khusus dari karyawan perusahaan yang terlibat dalam proses penjualan dan yang menjadi penghubung perusahaan dengan konsumen; investasi dari kegiatan sales force akan berdampak positip terhadap penjualan dalam sebuah perusahaan (Kotler, 2003). Sebagai bagian dari

 $<sup>^3\</sup>mbox{http://inet.detik.com/read/2012/12/06/110544/2110892/398/solomo-cara-gaet-konsumen-di-perangkat-mobile$ 

sebuah perusahaan distributor, seorang tenaga penjual di perusahaan distributor mempunyai banyak tempat yang harus dikunjungi dalam area kerja tertentu. Setiap hari mereka mendapat daftar rencana perjalanan tenaga penjual yang berisi nama pelanggan, alamat dan aktifitas yang harus dilakukan. Aktifitas ini bisa berupa penawaran produk baru, penawaran produk lama (*re-order*), cek stok barang yang hampir *overdate* atau melakukan penagiihan. Maka disamping kemampuan menawarkan produk, seorang tenaga penjual juga dituntut memiliki *product knowledge* yang baik. Menurut pengklasifikasian *mobile workers* oleh Yuang dan Zheng (2006), maka tenaga penjual di distributor ini termasuk '*mobile knowledge worker*', dimana dalam menjalankan tugasnya diperlukan ketrampilan atau pengetahuan khusus atau mungkin pengetahuan yang baru yang dapat memberi nilai tambah.

#### 2.1.5. Teori yang berkaitan dengan variabel

# 2.1.5.1. Dukungan Teknis

Dalam konteks penggunaan Teknologi Informasi (TI), Dukungan Teknis didefinisikan sebagai "bantuan yang diberikan oleh seorang ahli untuk pengguna perangkat keras komputer dan perangkat lunak "(Wilson, 1991). Dukungan Teknis pada umumnya terdiri dari instruksi khusus, bimbingan, pelatihan, dan konsultasi dalam menggunakan teknologi (Wilson, 1991; Pijpers, 2001). Pentingnya dukungan teknis untuk keberhasilan TI telah disorot dalam banyak studi (Igbaria, 1994; Igbaria, 1997, Amoroso,1991). Penggunaan *software* atau *hardware* terkadang tidak memunculkan masalah dalam jangka pendek, namun dalam perjalanan waktu seiring dengan kondisi data maupun cara menggunakan maka masalah itu baru muncul. Berbagai jenis Dukungan Teknis (sebagian besar yang

diakses secara online, chat, email, sms atau melalui *call center*) memiliki dampak positif pada keberhasilan TI (Igbaria, 1997). Selanjutnya, semakin besar tingkat Dukungan Teknis yang diberikan, semakin besar kemungkinan dari keberhasilan penerapan Teknologi Informasi, tingginya tingkat dukungan teknis diperkirakan meningkatkan keyakinan tentang keuntungan penerapan teknologi antara individu (Igbaria, 1997).

Untuk dapat memberikan layanan yang maksimal kepada pengguna, maka dukungan teknis dibagi menjadi tiga tingkatan supaya jelas pembagian tanggung jawab dan wewenang diantara teknisi. Level yang pertama disebut juga barisan depan, terdiri dari teknisi yang mempunyai pengetahuan umum tentang produk seperti instalasi dan konfigurasi standard. Tugas teknisi di Level 1 ini adalah mengumpulkan informasi dari pelanggan, menganalisis gejala dan menentukan masalahnya. Untuk masalah yang mendasar seperti mereset username atau memperbaiki IP address akan ditangani sendiri namun jika masalahnya membutuhkan penanganan lebih tinggi, maka teknisi dapat membuat laporan ke teknisi Tingkat 2. Teknisi di Tingkat 2 mempunyai ketrampilan yang lebih tinggi dan biasanya ditandai dengan beberapa sertifikat khusus. Tugas teknisi di itngkat ini seperti penggantian perangkat keras, perbaikan sistem operasi, menata konfigurasi perangkat lunak dan lain sebagainya. Sedangkan teknisi tingkat 3 biasanya mempunyai pengalaman menangani sistem yang kritis. Mempunyai kermampuan mengkomunikasikan masalah dengan pengembang atau vendor. Untuk mengukur kualitas Dukungan teknis dapat diukur dari indikator : kemudahan komunikasi, akurasi tanggapan, keamanan sistem, pemutakhiran sistem dan kelengkapan dukungan (Igbaria et al., 1997 and Son et al., 2012).

#### 2.1.5.2. Pelatihan.

Pelatihan didefinisikan sebagai penjelasan yang lebih luas dan dalam yang berhubungan dengan sistem yang ditujukan bagi pengguna dan disajikan oleh sumber dari internal dan eksternal dan merupakani faktor penting yang dapat mempengaruhi penerimaan TI dalam sebuah organisasi (Cheney, 1986). Menurut Gary Dessler (2011), pelatihan adalah proses mengajarkan karyawan baru atau yang ada sekarang, ketrampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka. Pelatihan merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam dunia kerja. Karyawan, baik yang baru ataupun yang sudah bekerja perlu mengikuti pelatihan karena adanya tuntutan pekerjaan yang dapat berubah akibat perubahan lingkungan kerja, strategi, dan lain sebagainya. Pada umumnya pelatihan ditujukan untuk: (1) mengembangkan keahlian, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan lebih efektif, (2) mengembangkan pengetahuan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara rasional, dan (3) mengembangkan sikap, sehingga menimbulkan kemauan kerjasama dengan teman sejawat dan dengan manajemen (pimpinan).

Dalam penggunaan teknologi informasi, pelatihan merupakan unsur yang penting. Pelatihan baik internal maupun eksternal akan mempengaruhi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan pemakaian bagi pengguna (Iqbaria, 1994). Pelatihan yang tepat akan meningkatkan kemungkinan bahwa penerapan teknologi informasi akan dapat diterima, karena pelatihan memberikan pemahaman dan pengalaman yang lebih baik terhadap teknologi (Raymond, 1988; Venkatesh, 2000). Dalam penelitian tentang hubungan penggunaan SFA dengan kinerja tenaga penjual, ditemukan bahwa pelatihan yang tidak memadai akan merusak kinerja tenaga penjual (Ahearne *et al.*, 2005). Variabel Pelatihan diukur

dengan indikator-indikator: pemahaman / cara menggunakan, keyakinan diri, kelengkapan materi dan kompetensi trainer (Iqbaria *et al.*, 1997; Son *et al.*, 2012).

## 2.1.5.3. Kesesuaian dengan pekerjaan (Relevansi pekerjaan)

Dalam konteks penggunaan TI, kesesuaian dengan pekerjaan didefinisikan sebagai " persepsi individu tentang sejauh mana sebuah teknologi baru sesuai untuk pekerjaannya" (Venkatesh and Davis, 2000). Sikap individu terhadap teknologi baru dipengaruhi oleh karakteristik pekerjaannya (Kieras, 1985; Kim *et al.*, 2009). Ketika seorang individu merasakan teknologi baru sesuai untuk pekerjaannya, individu tersebut cenderung untuk menerimanya. Sebaliknya, ketika seseorang merasakan teknologi baru tersebut tidak sesuai dengan pekerjaannya, individu cenderung menolaknya. Studi empiris telah menemukan bahwa kesesuaian dengan pekerjaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (Venkatesh and Davis., 2000; Mokhtarian, 1997; Pérez, 2004).

#### 2.1.5.4. Dukungan manajemen / pimpinan

Dalam konteks penggunaan TI, dukungan manajemen didefinisikan sebagai "persepsi individu tentang sejauh mana manajemen puncak memahami pentingnya TI dan sejauh mana manajemen puncak terlibat dalam implementasi IT " (Ragu-Nathan *et al.*, 2004). Dukungan manajemen puncak merupakan faktor kunci dalam teknologi penerimaan (Igbaria, 1994; Igbaria, 1997). Komitmen yang kuat dari pucuk pimpinan, termasuk pemimpin senior organisasi, sangat penting untuk memastikan penerimaan teknologi dengan menciptakan lingkungan yang mendukung TI dalam organisasi (Weill, 1992; Bajwa, 1998). Studi empiris

menemukan bahwa dukungan pimpinan puncak dapat mempengaruhi persepsi kegunaan (Igbaria, 1997; Lewis et al., 2003).

## 2.1.5.5. Pengaruh sosial

Dalam hubungan dengan pengggunaan TI, pengaruh sosial didefinisikan sebagai "persepsi individu tentang sejauh mana pentingnya orang lain mempercayai bahwa ia selalu menggunakan teknologi baru " (Venkatesh, 2003) . Menurut teori difusi inovasi (DIT) yang dibangun oleh Rogers (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, 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 et al., 2000; Lewis et al., 2003), dan memiliki pengaruh yang lebih besar ketika penggunaan TI bersifat wajib (Venkatesh et al., 2000, Mathieson, 1991). Studi empiris menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (Venkatesh, 2000; Lee et al., 2006).

#### 2.1.5.6. Kemudahan menggunakan.

Kemudahan menggunakan didefinisikan sebagai "sejauh mana seorang pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membebaskan

dari melakukan upaya" (Davis, 1989). Jenis TI yang dirasakan seseorang mempermudah atau mengurangi kerumitan saat digunakan mungkin akan lebih menarik untuk digunakan (Davis, 1989). Kemudahan diukur dengan item-item seperti kemudahan menggunakan atau mengoperasikan teknologi, kemudahan untuk menyelesaikan pekerjaan, kemudahan untuk dipelajari (Davis, 1989; Venkatesh and Davis, 2000). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat dan positip antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan menggunakan (Yang, 2005; Pai et al., 2011).

#### 2.1.5.7. **Kegunaan**

Variabel Kegunaan sangat penting sebagai ukuran kepuasan penggunaan TI (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 1996). Kegunaan didefinisikan sebagai "sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan TI tertentu akan meningkatkan kualitas pekerjaannya" (Davis, 1989). Ketika peningkatan kinerja dikaitkan dengan penghargaan seperti promosi atau pemberian insentif maka Kegunaan dapat menjadi pemicu sikap terhadap sebuah teknologi (Vroom, 1964). Variabel Kegunaan biasanya diukur dengan item peningkatan kinerja, efektifitas, produktifitas dan kemanfaatan secara menyeluruh (Davis, 1989; Venkatesh and Davis, 2000). Studi penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kepuasan penggunaan TI sangat berkorelasi dengan *usefullness*, misalnya, Bhattacherjee, (2001). Seseorang yang mampu merasakan kegunaan sebuah TI akan lebih mungkin merasakan puas dari pada seorang yang tidak mengerti kegunaannya.

#### 2.1.5.8. Penggunaan MSFA

Sikap didefinisikan sebagai keadaan kesiapan mental individu yang

terbentuk melalui pengalaman untuk bertindak terhadap semua obyek dan situasi yang terkait (Allport,1935). Dalam konteks penelitian ini penggunaan mSFA adalah sikap didalam menggunakan sistem. Jika sebuah sistem dirasakan sulit dalam penggunannya, maka pengguna cenderung akan bersikap negatif terhadap sistem tersebut (Beckers and Bsat, 2008). Seorang mengembangkan sikap positif atau negatif tentang penggunaan sistem *mobile* berdasarkan evaluasi kegunaan, kemudahan, keamanan, kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan (Taylor and Todd, 1995). Sikap pengguna terhadap sebuah sistem merupakan faktor utama yang menentukan sesorang menerima atau menolak sistem tersebut (Davis, 1989).

#### 2.1.5.9. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah ukuran sejauh mana karyawan merasa puas dan senang dengan pekerjaannya (Spector, 1997). Definisi ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja secara umum adalah reaksi individu terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja akan lebih tinggi ketika seseorang merasa bahwa ia memiliki kendali atas pencapaian tugas yang diberikan. Instrumen utama untuk mengukur kepuasan kerja adalah JDS (*Job Diagnostic Survey*) dikembangkan oleh Hackman dan Oldham 1974). Awalnya, JDS digunakan sebagai alat diagnostik yang dirancang untuk mengukur karakteristik pekerjaan dalam suatu organisasi, kesiapan pekerja untuk melakukan pekerjaan yang menantang dan memotivasi, dan reaksi karyawan untuk pekerjaan mereka. Ting (1997) berpendapat bahwa karakteristik pekerjaan seperti gaji, kesempatan promosi, kejelasan tugas dan makna, dan pemanfaatan keterampilan, serta karakteristik organisasi seperti komitmen dan hubungan dengan pengawas dan rekan kerja memiliki pengaruh

yang signifikan pada kepuasan kerja. Menurut Porter dan Lawler (Porter, 1968) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja dibagai dalam dua kelompok vaitu faktor internal vaitu faktor-faktor vang berhubungan dengan pekerjaan itu sendiri (seperti prestasi, kebebasan, harga diri, perasaan bangga, perasaan timbal balik, perasaan kontrol dan perasaan serupa lainnya yang diperoleh dari pekerjaan) dan faktor eksternal yaitu rasa puas yang tidak secara langsung berhubungan dengan pekerjaan itu sendiri (seperti pujian dari pimpinan hubungan baik dengan rekan kerja, lingkungan kerja yang baik, gaji yang tinggi, kesejahteraan baik dan peralatan). Sebuah penelitian yang berbeda tentang teori Kepuasan Kerja disusun oleh Herzberg et al., (1959). Teori dua faktor Herzberg mengatakan bahwa fenomena kepuasan atau ketidak puasan kerja dipengaruhi oleh dua kelas variabel yaitu faktor motivasi dan faktor kesehatan. Kepuasan kerja menjadi variabel yang penting untuk dipelajari dalam rangka memahami perilaku karyawan dan reaksinya setelah ada suatu perubahan (Oreg et al., 2011). Kepuasan kerja dapat diukur dari tiga instrument berikut : 1) ukuran keseluruhan sejauh mana pekerjaan itu bahagia dalam pekerjaan / nya, 2) kepuasan pertumbuhan dan perkembangan, dan 3) kepuasan konteks (yang termasuk, keamanan, sosial dan variabel pengawasan (Cheney, 1984).

# 2.1.5.10. Kinerja

Prestasi kerja yang dihasilkan oleh seorang tenaga penjual merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan distributor, dengan keahlian dan kemampuan yang dimiliki, seorang tenaga penjual akan dapat memenuhi kebutuhan para konsumen perusahaan yang bervariasi. Menurut Wang dan

Netemeyer (2002), prestasi kerja yang dihasilkan harus efektif dan dengan kualitas penjualan yang tenaga penjual peroleh atau terima.

Secara obyektif, pengukuran kinerjaan lebih menitik beratkan pada volume penjualan dan penambahan outlet baru (Cheng and Chang, 2015). Sementara pengukuran secara subyektif lebih menitik beratkan pada 1) kepuasan pelanggan, 2) kemampuan mendengarkan pelanggan, 3) kemampuan melakukan presentasi penjualan, 4) penanganan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efektif, 5) pencipataan rasa saling menghargai dalam setiap aktivitas penjualan, 6) pengetahuan mengenai produk, 7) menjual pada pelanggan yang prospektif, 8) menjual produk yang penting, 9) memelihara porsi pasar yang dimilikinya.

#### 2.2. Hubungan antar variabel

# 2.2.1. Hubungan antara Dukungan Teknis dengan Kemudahan menggunakan.

Dukungan Teknis atau dukungan teknis sebagai salah satu variabel ekstrinsik mempunyai dampak langsung yang positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan (Sánchez and Hueros, 2010). Demikian pula dalam sebuah implementasi sistem seperti ERP, dukungan teknis dari konsultan atau vendor mempunyai dampak yang signifikan positif terhadap persepsi kemudahan menggunakan (*perceived* kemudahan), (Kwak *et al.*, 2012). Namun kondisi tersebut berbeda jika diterapkan dilingkungan pekerja konstruksi, dimana dukungan teknikal tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan menggunakan (Son, *et al.*, 2012).

Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu Hubungan antara Dukungan teknis dengan

Kemudahan menggunakan

rtcinadanan me	994	
Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Hyojoo Son, Yoora Park, Changwan Kim, Jui-Sheng Chou	mengevaluasi penerapan perangkat komputasi <i>mobile</i> di industry konstruksi menggunakan TAM	Dukungan Teknis tidak berpengaruh terhadap Perceived kemudahan.
Young Hoon Kwak, Jane Park, Boo Young Chung, Saumyendu Ghosh	Membuktikan penerimaan user terhadap ERP	Hubungan Consultant support (termasuk dukungan teknis) dengan Perceived kegunaan tidak signifikan, tetapi dengan perceived kemudahan signifikan positif
R. Arteaga Sánchez, A. Duarte Hueros	Ingin mengetahui faktor-faktor yang memotivasi siswa yang melatar belakangi kepuasan atau ketidak puasan terhadap penggunaan modle, system pembelajaran berbasis web	Dukungan Teknis berdampak positif langsung denga perceived kemudahan dan perceived kegunaan

# 2.2.2. Hubungan antara Pelatihan dengan Kemudahan menggunakan.

Hubungan antara Pelatihan dan dampaknya terhadap kemudahan menggunakan sudah dibuktikan dalam beberapa penerapan teknologi maupun sistem. Bahwa Pelatihan merupakan penentu yang penting dalam memunculkan persepsi kemudahan menggunakan perangkat komputasi bagi pekerja konstruksi di Korea (Son, et al., 2012). Demikian pula dalam penggunaan video conference di Jordania, pelatihan bagi pengguna merupakan hal yang penting yang akan menentukan persepsi kemudahan untuk kemudian bersedia menggunakan (Alkhaldi et al., 2011). Pada implementasi system ERP di perusahaan di Korea, Pelatihan yang merupakan bagian dari dukungan internal perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh postif terhadap variabel kemudahan menggunakan (Kwak et al., 2012).

Tabel 2.3 : Penelitian Terdahulu Hubungan antara Pelatihan dengan

Kemudahan me	Kemudahan menggunakan		
Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	
Hyojoo Son, Yoora Park, Changwan Kim, Jui-Sheng Chou, 2012	TAM digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi penerapan perangkat komputasi <i>mobile</i> di industri konstruksi	determinan Perceived kemudahan seperti Pelatihan dan Technological Complexity merupakan faktor penting yang mempengaruhi susksesnya implementasi perangkat komputasi mobile	
Young Hoon Kwak, Jane Park, Boo Young Chung, Saumyendu Ghosh, 2012	Membuktikan penerimaan pengguna terhadap ERP	Internal support termasuk diantaranya dukungan manajemen dan pelatihan berpengaruh signifikan positip terhadap perceived kegunaan dan perceived kemudahan.	
Ayman Nader Alkhaldi, Hamza Salim Khraim, Islam Yahya Ta'amneh, 2012	Membangun model untuk mengetahui dampak langsung orientasi waktu terhadap persepsi kemudahan menggunakan, maupun orientasi waktu sebagai moderating variabel terhadap pelatihan video conference di Jordan	pentingnya pelatihan bagi pengguna dalam mempersepsikan kemudahan penggunaan video conferencing untuk akhirnya menggunakan	
Christy Angeline Rajan, Rupashree Baral, 2015	Menemukan dampak faktor individu, organisasi dan teknologi terhadap penggunaan ERP dan dampaknya terhadap pengguna akhir	Hubungan antara variabel eksternal seperti self-efficacy, organizational support, Pelatihan dan compatibility dengan variabel TAM adalah signifikan positif. CSE merupakan faktor dominan penentu PEOU	
Carlos J. Costa, Edgar Ferreira, Fernando Bento, Manuela Aparicio, 2016	Mencari penyebab kunci dari user satisfaction dan adoption	Dukungan manajemen, Pelatihan dan system quality merupakan konstruk yang penting dalam menentukan penerimaan dan user satisfaction. System quality mempunyai hubungan yg signifikan dg BI dan user satisfaction. Dukungan manajemen merupakan penentu dari penenrimaan dan kepuasan user	

# 2.2.3. Hubungan antara Relevansi pekerjaan dengan Kegunaan.

Relevansi pekerjaan atau kesesuaian dengan pekerjaan adalah bagian dari instrument kognitif yang selalu signifikan sebagai determinan dari Kegunaan (Venkatesh and Davis, 2000). Dalam penelitian yang lain untuk mengevaluasi penerimaan perangkat komputasi mobile di lingkungan pekerja konstruksi, diperoleh bahwa Relevansi pekerjaan berpengaruh terhadap persepsi kegunaan secara signifikan (Son, et al., 2012).

Tabel 2.4 : Penelitian Terdahulu Hubungan antara variabel Relevansi

pekerjaan dengan Kegunaan

pekerjaan denge	an regundan	
Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Viswanath Venkatesh,Fred D. Davis, 2002	mengembangkan dan menguji kelanjutan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang akan menjelaskan apakah manfaat yang dirasakan (PU) dan niat menggunakan dipengaruhi oleh dampak sosial dan proses kognitif	Empat instrument kognitif yaitu :Relevansi pekerjaan, output quality, result demonstrability, dan perceived kemudahan menentukan menjadi faktor penentu Perceived kegunaan.
Hyojoo Son, Yoora Park, Changwan Kim, Jui-Sheng Chou, 2012	TAM digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi penerapan perangkat komputasi <i>mobile</i> di industry konstruksi	Determinan dari Perceived kegunaan yaitu Faktor sosial, Relevansi pekerjaan, top Dukungan manajemen dan determinan Perceived kemudahan seperti Pelatihan dan Technological Complexity merupakan faktor penting yang mempengaruhi susksesnya implementasi perangkat komputasi mobile. Dukungan Teknis tidak berpengaruh terhadap Perceived kemudahan

# 2.2.4. Hubungan antara Dukungan manajemen dengan Kegunaan.

Dukungan manajemen diidentifikasi sebagai faktor yang paling penting untuk mencapai kinerja yang lebih baik. Efek dukungan manajemen terhadap kepuasan pengguna dimoderatori oleh tingkat saling ketergantungan tugas sehingga dukungan manajemen dapat lebih efektif dalam konteks memiliki saling ketergantungan yang tinggi (Sharma dan Yetton, 2003). Menurut beberapa penelitian dukungan manajemen berpengaruh positip terhadap *perceived usefulness* atau persepsi kemudahan (Son *et al.*, 2012, Cascio *et al.*, 2010, Kwak YH *et al.*, 2012, Costa *et al.*, 2016). Sebaliknya jika jika komitmen pimpinan terhadap penggunaan SFA rendah maka akan berpengaruh negatif terhadap penerimaan teknologi tersebut oleh tenaga penjual (Cascio, *et al.*, 2010).

Tabel 2.5 : Penelitian Terdahulu Hubungan antara variabel Dukungan

manajemen dengan Kegunaan

manajemen dengan kegunaan		
Peneliti	Tujuan dan Metode	Hasil Penelitian
	Penelitian	
Hyojoo Son, Yoora	TAM digunakan sebagai dasar	Determinan dari Perceived kegunaan yaitu
Park, Changwan Kim,	untuk mengevaluasi penerapan	Faktor sosial, Relevansi pekerjaan, top
Jui-Sheng Chou, 2012	perangkat komputasi <i>mobile</i> di industry konstruksi	Dukungan manajemen
Robert Cascio, Babu	Dampak komitmen dari	Kurangnya komitmen top manajemen terhadap
John Mariadoss,	manajemen terhadap peneriman	SFA akan berpengaruh negatif terhadap
Nacef Mouri, 2010	SFA oleh tenaga penjual	penerimaan SFA oleh tenaga penjual sekalipun
		supervisor tetap berkomitmen
Young Hoon Kwak,	Membuktikan penerimaan user	Internal support termasuk diantaranya
Jane Park, Boo	terhadap ERP	dukungan manajemen dan pelatihan
Young Chung,		berpengaruh signifikan positip terhadap
Saumyendu Ghosh,		perceived kegunaan
2012		
Carlos J. Costa,	Membuktikan determinan-	Dukungan manajemen, Pelatihan dan system
Edgar Ferreira,	determinan yang mempengaruhi	quality merupakan konstruk yang menentukan
Fernando Bento,	penerimaan dan kepuasan	penerimaan dan user satisfaction.
manuela Aparicio,	pengguna ERP	
2016		

# 2.2.5. Hubungan antara Faktor sosial dengan kegunaan

Kegunaan didefinisikan oleh Davis sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya "(Davis, 1989). Dalam tulisannya Davis (1989) menyatakan bahwa TAM belum cukup lengkap untuk mengukur penerimaan sistem informasi yang baru karena belum memperhitungkan norma subyektif, seperti *pengaruh sosial*. Kepuasan pengguna (*user satisfaction*) merupakan indikator penting dalam menentukan penerimaan perangkat *mobile*. Kepuasan pengguna lebih ditentukan oleh variabel Kegunaan dari pada variabel Kemudahan menggunakan dan determinan dari Kegunaan yaitu Faktor sosial, Relevansi pekerjaan, Dukungan manajemen (Son *et al.*, 2012).

Tabel 2.6 : Penelitian Terdahulu Hubungan antara variabel Pengaruh Sosial

dengan Kegunaan

Peneliti	Tujuan dan Metode	Hasil Penelitian					
T OHOMA	Penelitian	ao Grioniari					
Hyojoo Son, Yoora	TAM digunakan sebagai dasar	User satisfaction lebih ditentukan oleh					
Park, Changwan	untuk mengevaluasi penerapan	perceived kegunaan dari pada Perceived					
Kim, Jui-Sheng	perangkat komputasi <i>mobile</i> di	kemudahan. Determinan dari Perceived					
Chou, 2012	industri konstruksi	kegunaan yaitu Faktor sosial, Relevansi					
		pekerjaan, top Dukungan manajemen					
Ali Reza	Menggunakan model TAM yang	Faktor sosial berpengaruh positif terhadap					
Montazemi, Hamed	dimodifikasi untuk mengetahui	perceived kegunaan konsumen internet					
Qahri Saremi, 2013	penerimaan konsumen terhadap	banking					
	system internet banking	-					
Demei Shen,	bagaimana pengaruh sosial	Ada hubungan yang erat antara semua variabel					
James Laffey,	mempengaruhi PU dan PEU	kecuali antara peer influence (pengaruh teman)					
Yimei Lin, and	sehingga menyebabkan	dengan persepsi kemudahan menggunakan,					
Xinxin Huang, 2006	peningkatan penerimaan	Variabel pengaruh instruktur berpengaruh					
	mahasiswa dan penggunaan sistem	signifikan positif terhadap PEU					
	pengiriman saja online pendidikan						
Michael Rodriguez,	Mengembangan model antesenden	Kemudahan berpengaruh signifikan positif					
Kevin Trainor, 2016	mCRM dan outcomes-nya dan	terhadap mCRM adoption; variabel					
	characteristic mCRM yang	Faktor sosial berpengaruh signifikan positif					
	mempengaruhi	terhadap mCRM; adoption					
	- 1- 0	mCRM berpengaruh pos signifikan terhadap					
		tenaga penjual productivity					

### 2.2.6. Hubungan antara Kemudahan menggunakan, Kegunaan dan penggunaan mSFA

Kemudahan menggunakan dan Kegunaan adalah variabel utama dalam model TAM (Davis, 1992) yang merupakan pendorong utama munculnya perilaku menggunakan. Model ini menempatkan variabel Kemudahan dan kegunaan sebagi variabel yang menentukan sikap untuk menggunakan (attitude toward use), dan selanjutnya memunculkan niat perilaku untuk menggunakan (behavioural intention to use) sebelum kemudian seseorang benar-benar menggunakan (actual use). Model TAM dengan perkembangannya menjadi TAM2 telah memperpendek model dengan menggabungkan variabel attitude toward use dan behavioural intention to use menjadi intention to use (niat untuk menggunakan) sebelum ke usage behaviour (perilaku menggunakan). Namun dalam era dimana teknologi berkembang sangat cepat orang justru menginginkan segera menggunakan

teknologi baru tersebut. Sehingga niat untuk menggunakan sering muncul justru disaat teknologi tersebut belum hadir secara nyata, misalnya munculnya antrean yang terkadang tidak masuk akal untuk sekedar bisa menjadi yang pertama memiliki dan menggunakan handphone seri terbaru. Dalam implementasi teknologi dan sistem informasi baru diperusahaan, tidak pernah pimpinan menawarkan ke pengguna (karyawan) untuk membuat pilihan menggunakan atau tidak. Penggunaan teknologi atau sistem yang baru didalam perusahaan biasanya bersifat wajib. Oleh sebab itu beberapa peneliti tidak lagi menggunakan model TAM secara utuh. Penelitian Maier et al., (2012); Escobar-Rodriguez and Bartual-Sopena (2015) misalnya dari variabel kemudahan dan kegunaan langsung dihubungkan dengan variabel attitude yang bermakna sikap dalam menggunakan. Namun demikian model ini terbukti tetap berhasil diterapkan dalam penerimaan teknologi dalam berbagai lingkungan, pekerjaan, sistem dan subyek.

Tabel 2.7 : Penelitian Terdahulu Hubungan Kemudahan menggunakan,

Kegunaan dengan penggunaan mSFA

Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian				
Leroy Robinson Jr.a, Greg W. Marshallb, Miriam B. Stampsc, 2005	Menguji model hubungan antara penerimaan teknologi penjualan dengan kinerja pekerjaan tenaga penjual	Perceived kemudahan dan Preceived kegunaan berdampak positif terhadap attitude untuk menggunakan teknologi penjualan. Perceived kemudahan juga mempunyai dampak tidak langsung terhadap sikap tenaga penjual terhadap penggunaan teknologi melalui Perceived kegunaan				
EWT Ngai, JKL Poon, YHC Chan, 2005	Mengukur penerimaan Web CT oleh mahasiswa	Dukungan Teknis → PEU signifikan; Dukungan Teknis → PU signifikan; PEU → use signifikan; PU → use signifikan				
Sally Rao and Indrit Troshan, 2007	Mengeksplorasi, menganalisis, dan mengkritisi penggunaan teori penerimaan teknologi dan layanan mobile serta teknologi yang mendasarinya	User predisposition, Perceived Kegunaan, Perceived Kemudahan, Faktor sosial dan Facilitating condition merupakan predictor yang kuat untuk penerimaan layanan moblie				

#### Lanjutan tabel 2.7.

Peneliti	Tuiuan dan Matada	Hasil Penelitian					
	Tujuan dan Metode Penelitian						
Mark Turner, Barbara Kitchenham, Pearl Brereton, Stuart Charters, David Budgen, 2010	Mengkaji bukti bahwa TAM memprediksi penggunaan aktual dengan ukuran yang obyektif dan subyektif dari penggunaan aktual	Variabel TAM PEU dan PU cenderung berkorelasi dengan penggunaan aktual.					
R. Arteaga Sánchez, A. Duarte Hueros, 2010	Ingin mengetahui faktor-faktor yang memotivasi siswa yang melatar belakangi kepuasan atau ketidakpuasan terhadap penggunaan modle, system pembelajaran berbasis web	Dukungan Teknis berdampak positif langsung dengan perceived kemudahan dan perceived kegunaan. Penggunaan modle dipengaruhi oleh variabel perceived kemudahan dan attitude. Juga pentingnya perceived kemudahan dan perceived kegunaan terhadap attitude					
Kenny Phan, Tugrul Daim, 2011	Mencari faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan <i>mobile</i> service	Perceived Kemudahan dan Perceived Kegunaan merupakan faktor yang paling menentukan penerimaan (attitude toward using) mobile services					
Fengyi Lin, Seedy S. Fofanah, Deron Liang, 2011	Bagaimana dampak TAM terhadap kesuksesan egovernment dan aspirasi membangun negara .Mengetahui faktor2 yang mempengaruhi minat rakyat gambia untuk menggunaka nfasilitas egov	Konstruktor utama dari TAM mempunyai pengaruh yg kuat terhadap <i>user intention</i> untuk menggunakan egov					
Christian Maier, Sven Laumer, Andreas Eckhardt, Tim Weitzel, 2012	Mengembangkan model yang mengintegrasikan komponen keyakinan dan sikap dalam literatur penerimaan teknologi HRIS dengan konsekuensi yang berhubungan dengan pekerjaan	Perceived Kegunaan (PU) dan Perceived Kemudahan (PEU) merupakan prasyarat untuk Job Satisfaction. Jika PU dan PEU bernilai negative maka Kepuasan Kerjaakan bernilai negative dan <i>Turnover</i> Intention bertambah demikian pula jika terjadi sebaliknya					
Silvance O. Abeka, 2012	Faktor2 yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan internet banking service Kenya uganda	PEOU berpengaruh poitif terhadap penggunaan TFIS. Bank Support berpengaruh positif terhadap penggunaan TFIS					
Young Hoon Kwak, Jane Park, Boo Young Chung, Saumyendu Ghosh, 2012	Membuktikan penerimaan user terhadap ERP	Internal support diantaranya dukungan manajemen dan Pelatihan berpengaruh signifikan positip terhadap kegunaan dan kemudahan. Hubungan Consultant support (termasuk dukungan teknis) dengan kegunaan tidak signifikan, tetapi dengan kemudahan signifikan positif. Variabel kegunaan dan kemudahan berelasi signifikan positip					
Ali Reza Montazemi, Hamed Qahri Saremi, 2013	Menggunakan model TAM yang dimodifikasi untuk mengetahui penerimaan konsumen terhadap system internet banking	PU → Use signifikan; PEU → Use signifikan; Faktor sosial → PU signifikan; Faktor sosial → PEU signifikan					

#### Lanjutan tabel 2.7.

Peneliti	Tujuan dan Metode					
	Penelitian	Hasil Penelitian				
Ayman ahmed alqudah, 2014	Factor-2 yang melatar belakangi dan dampak penerimaan sistem moodle					
Heikki Karjaluoto, Aarne Tollinen, Janne Pirttiniemi, 2014	Melakukan investigasi minat berperilaku sales manager B2B untuk menggunakan mCRM pada aktifitas hariannya	Personal innovativeness in IT (PIIT) → attitude sig pos; PIIT → intention sig pos PEOU → attitude sig pos; PEOU → intention				
Christy Angeline Rajan, Rupashree Baral, 2015	Menemukan dampak factor individu, organisasi dan teknologi terhadap penggunaan ERP dan dampaknya terhadap pengguna akhir	Hubungan antara variabel eksternal seperti self- efficacy, organizational support, Pelatihan dan compatibility dengan variabel TAM adalah signifikan positif. CSE merupakan faktor dominan penentu PEOU				
Tomas Escobar- Rodriguez, Lourdes Bartual-Sopena, 2015	Menganalisis dampak cultural factor terhadap perilaku untuk menggunakan ERP di sebuah rumah sakit dan mengidentifikasi faktor2 yg mempengaruhi	PEOU tidak terlalu menentukan attitude(tidak signifikan). PU berpengaruh langsung thd attitude use				
Carlos J. Costa, Edgar Ferreira, Fernando Bento, Manuela Aparicio, 2016	Mencari penyebab kunci dari user satisfaction dan adoption	Dukungan manajemen, Pelatihan dan system quality merupakan konstruk yang penting dalam menentukan penerimaan dan user satisfaction. System quality mempunyai hubungan yg signifikan dg BI dan user satisfaction. Dukungan manajemen merupakan penentu dari penenrimaan dan kepuasan user				
Michael Rodriguez, Kevin Trainor, 2016	Mengembangan model antesenden mCRM dan outcomes-nya dan characteristic mCRM yang mempengaruhi	Kemudahan→mCRM adoption; Faktor sosial → crm adoption; mCRM→tenaga penjual productivity				
Eunil Park, Ki Joon Kim, 2014	Mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi dalam membentuk persepsi pengguna dan sikapnya terhadap layanan <i>mobile</i> cloud menggunakan faktor-faktor dalam TAM	Kombinasi antara kegunaan, perceived mobility, connectedness, security, service and system quality, dan satisfaction menentukan sikap pengguna terhadap layanan <i>mobile</i> cloud, sedangkan niat untuk menggunakan ditentukan oleh gabungan perceived kegunaan, attitude, satisfaction, dan service and system quality				

#### 2.2.7. Hubungan antara penggunaan mSFA dengan Kepuasan Kerja

Penerapan m-SFA akan memberikan dampak bagi pengguna yang dalam hal ini khususnya adalah tenaga penjual atau tenaga penjual. Berbagai alasan akan muncul dari pihak yang senang maupun dari pihak yang tidak senang dengan penerapan teknologi tersebut. Asumsi bahwa teknologi yang baru memerlukan ketrampilan baru yang harus dipelajari dapat membuat kepuasan kerja menjadi

berkurang demikian pula sebaliknya jika komunikasi tentang penggunaan teknologi baru lebih baik maka akan memunculkan harapan kepuasan bekerja bagi tenaga penjual. Jadi ada pengaruh yang positif antara kepuasan pengguna dengan minat untuk menggunakan (Revels et al.,2010).

Tabel 2.8 : Penelitian Terdahulu Hubungan Sikap menggunakan (*Attitude*) dengan Kepuasan kerja

Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian				
Attar and Sweis 2010	mengisi kesenjangan pengetahuan dengan menjelajahi hubungan antara adopsi TI dan Kepuasan Kerjadari perspektif perusahaan kontraktor Yordania	IT access, IT level of use dan Communication berkontribusi dalam Job Satisfaction. Semakin besar investasi di bidang TI semakin meningkatkan job satisfaction				
Revels, et al., 2010	Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan <i>mobile</i> service (m-service) di Australia menggunakan TAM					
Maier <i>et al.</i> , 2012	Mengembangkan model yang mengintegrasikan komponen keyakinan dan sikap dalam literatur penerimaan teknologi HRIS dengan konsekuensi yang berhubungan dengan pekerjaan	Kegunaan (PU) dan Kemudahan (PEU) merupakan prasyarat untuk Kepuasan Kerja Jika PU dan PEU bernilai negatif maka Kepuasan Kerja akan bernilai negatif dan <i>Turnover</i> Intention bertambah demikian pula jika terjadi sebaliknya. Tidak ada hubungan antara attitude dengan <i>turnover</i> intention				
Adetoro, 2014	Meneliti hubungan antara keberadaan TASUED, pemanfaatan dan job satisfaction.	IT availability dan IT use tidak berhubungan signifikan dengan Kepuasan Kerja				

#### 2.2.8. Hubungan antara Kepuasan Kerja dengan Kinerja

Beberapa peneliti menyatakan bahwa hubungan antara kepuasan kerja dengan kinerja pekerjaan adalah sebuah mitos manajemen namun beberapa peneliti lain menyatakan bahwa ada hubungan yang kuat antara kepuasan kerja dengan kinerja. Dalam tataran organisasi, ditemukan bahwa organisasi yang mempunyai karyawan yang lebih puas cenderung lebih efektif bila dibanding organisasi yang mempunyai karyawan yang kurang puas (Robbins and Judge, 2013).

Selain itu karyawan yang puas lebih mudah berbuat lebih dalam pekerjaan karena mereka ingin menanggapi pengalaman positif mereka. Dalam penelitian tentang penentu Kepuasan Kerja dan dampaknya pada kinerja dan pindahnya karyawan, ditemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pemberdayaan karyawan, lingkungan kerja, loyalitas kerja, prestasi kerja dan kepuasan kerja dilakukan (Javed *et al.*, 2014). Penelitian kuantitatif dan kualitatif tentang hubungan Kepuasan Kerja dan *Job Performance* dilakukan juga oleh Judge *et al.* (2001). Menggunakan 7 model hubungan Kepuasan Kerja dan Job Performance yang paling sering dilakukan para peneliti terahulu. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa rata-rata pengukuran Kepuasan Kerja lebih kuat hubungannya dengan *Job Performance* dibanding dengan aspek-aspek Kepuasan Kerja yang lain. Berdasarkan analisis kualitatif maka dimasa depan penelitian tentang hubungan Kepuasan Kerja dengan *Job Performance* masih terbuka.

Tabel 2.9: Penelitian Terdahulu Hubungan Kepuasan Kerja dengan Kinerja

Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian				
Masooma Javed, Rifat Balouch, Fatima Hassan, 2014	Menguji tingkat kepuasan karyawan dan bantuan organisasi untuk mengetahui elemen yang mempengaruhi kepuasan kerja	Adanya hubungan yang signifikan positif antara Kepuasan Kerja dengan Job Loyalty, Workplace Environment dengan Job Satisfaction, Employee Empowerment dengan Job Satisfaction. Hubungan yang signifikan negatif antara Turnover Intention dengan Job Satisfaction				
Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K., 2001.	Melakukan studi kualitatif dan kuantitatif tentang hubungan antara Kepuasan Kerjadengan Job Performance	Ada 7 model hubungan antara Kepuasan Kerjadengan Job Performance yang menguatkan hubungan keduanya dan membuka peluang penelitian antara dua variabel tersebut lebih lanjut				

Lanjutan tabel 2.9.

Peneliti	Tujuan dan Metode	Hasil Penelitian				
	Penelitian					
Dekoulou, P., & Trivellas, P.,2015	Melakukan penelitian untuk mengetahui dampak dari Learning Organization dengan Jon Satisfaction dan Job performance	Organisasi Pembelajaran ( <i>Learning Organization</i> ) terbukti menjadi predictor yang baik untuk <i>Job Satisfaction</i> . Dan Kepuasan Kerja merupakan mediator yang baik antara <i>learning organization</i> dengan <i>Job Performance</i>				

# 2.2.9. Hubungan antara Penerimaan Teknologi dengan Kepuasan kerja dan Kinerja

Perusahaan menginvestasikan teknologi baru dengan harapan agar para pekerjanya bekerja dengan lebih cerdas, sehingga secara langsung akan mempengaruhi produktifitas dan kinerja perusahaan. Namun tidak jarang penerapan teknologi baru justru membuat kinerja perusahaan menurun dan bahkan meningkatnya *turn over*.

Penelitian yang menghubungkan penerapan Teknologi Informasi dengan kepuasan kerja telah banyak dilakukan. Beberapa studi menunjukkan pentingnya memahami dampak penerapan suatu Teknologi Informasi terhadap kinerja individu dan produktivitas organisasi (Igbaria and Tan, 1997). Akses teknologi informasi dan tingkat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi variabel yang paling besar memberikan kontribusi terhadap kepuasan karyawan (Attar and Sweis, 2010). Penelitian ini juga menemukan hubungan yang signifikan positif antara nilai investasi teknologi informasi dengan kepuasan kerja, artinya semakin besar investasi dibidang teknologi informasi akan meningkatkan kepuasan karyawan dalam bekerja.

Penelitian lain mengungkapkan bagaimana sebuah teknologi (m-SFA) ternyata tidak akan mempengaruhi kualitas seorang tenaga penjual (Scornavacca

and Sutherland, 2008), teknologi ini hanya mempercepat waktu transaksi (efisien) dan membantu memberikan informasi kepada pelanggan. Penerimaan teknologi informasi (m-SFA) oleh tenaga penjual tergantung pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, semakin bermanfaat dan memberikan kemudahan maka semakin memberikan kepuasan kerja (Maier et al., 2012) demikian pula sebaliknya. Untuk itu mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat merupakan hal yang perlu diketahui terlebih dahulu agar penerapan sebuah teknologi juga akan menaikkan tingkat kepuasan kerja karyawan. Karyawan dalam hal ini tenaga penjual merupakan lapis terdepan dalam memasukkan data, jika tenaga penjual tidak merasa puas dengan alat atau teknologi tersebut maka kemungkinan terjadi penggunaan alat yang tidak baik dan mengakibatkan data yang tersimpan juga tidak baik dan selanjtnya informasi yang dihasilkan juga tidak baik, orang menyebutnya "garbage in garbage out".

Tabel 2.10 : Penelitian Terdahulu hubungan Peneriman Teknologi dan Kepuasan Kerja dan Kinerja

Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Scornavacca& Sutherland, 2008	Dampak penerapan <i>mobile</i> sales force automation terhadap kinerja indvidu tenaga penjual	Dari sisi manajer berkeyakinan bahwa penerapan mSFA berdampak positip terhadap proses penjualan, tetapi dari sudut pandang tenaga penjual menyatakan bahwa kualitas seorang tenaga penjual dalam hal menjalin hubungan dengan pelanggan, pengetahuan pasar dan keinginan untuk pindah (keluar) tidak dapat diubah atau dibantu oleh teknologi mobile. mSFAhanya berdampak terhadap efisiensi waktu dan kemampuan memberikan informasi kepada pelanggan. Secara umum penerapan mSFA mampu meningkatkan kinerja tenaga penjual

Lanjutan tabel 2.10.

Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Attar and Sweis, 2010	Penelitian ini mencoba untuk mengisi kesenjangan pengetahuan dengan menjelajahi hubungan antara adopsi TI dan Kepuasan Kerjadari perspektif perusahaan kontraktor Yordania	IT access, IT level of use dan Communication berkontribusi dalam Job Satisfaction. Semakin besar investasi di bidang TI semakin meningkatkan job satisfaction
Revels, 2010	Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan <i>mobile</i> service (m-service) di Australia menggunakan TAM	Perceived Kemudahan merupakan prediktor kuat dari Perceived Kegunaan. Perceived Kegunaan, Perceived Kegunaan, Perceived Kegunaan, Perceived Kemudahan dan Perceived Enjoyment berpengaruh positif terhadap penggunaan (Usage Intention) layanan mobile, Perceived Cost berdampak negative terhadap Customer satisfaction. Perceived Image tidak berpengaruh terhadap Customer Satisfaction. Ada hubungan yang significant positip antara customer satisfaction dengan usage intention. Perceived kegunaan juga merupakan prediktor langsung dari intention to use.
Maier <i>et al.</i> , 2012	Mengembangkan model yang mengintegrasikan komponen keyakinan dan sikap dalam literatur penerimaan teknologi HRIS dengan konsekuensi yang berhubungan dengan pekerjaan	Perceived Kegunaan (PU) dan Perceived Kemudahan (PEU) merupakan prasyarat untuk Job Satisfaction. Jika PU dan PEU bernilai negative maka Kepuasan Kerjaakan bernilai negative dan <i>Turnover</i> Intention bertambah demikian pula jika terjadi sebaliknya. Tidak ada hubungan antara attitude dengan <i>turnover</i> intention
Irfan Sabir, 2013	Meneliti hubungan antara penerapan SFA, kepuasan pelanggan dan kinerja tenaga penjual	Sales force automation berdampak positif terhadap customer satisfaction dan sales force performance. Customer satisfaction dilain pihak adalah mediator yang menghubungkan sales force automation dengan sales force performance. Customer satisfaction juga berdampak positif terhadap sales force performance
Mariani <i>et al.</i> , 2013	Meneliti hubungan antara kesempatan berlatih, penerimaan teknologi dan kepuasan kerja	Kepuasan kerja dipengaruhi oleh kesempatan pelatihan dan kemudahan menggunakan namun tidak dipengaruhi oleh kehebatan TI itu sendiri. Pelatihan juga mempengaruhi kompetensi diri pengguna terhadap TI

#### 2.3. Tinjauan Empirik

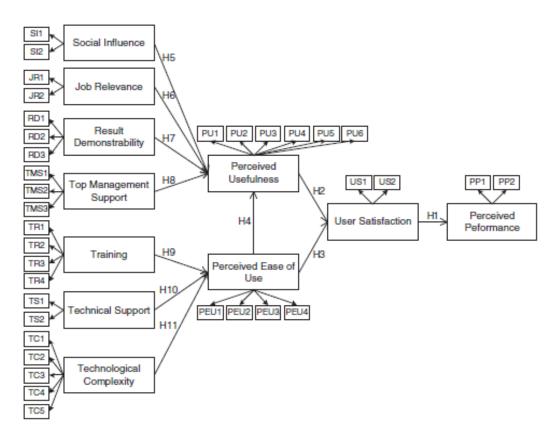
Dalam sub bab ini akan dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian ini yaitu bidang sistem informasi dengan pendekatan perilaku, lebih khusus lagi dampak penggunaan teknologi *mobile* 

Sales Force Automation. Penyajian tinjauan empirik ini tidak didasarkan pada urutan waktu penelitian namun lebih kepada kesesuaian dengan topik atau variabel yang akan dibahas.

# 2.3.1. Toward an understanding of construction professionals' acceptance of mobilecomputing devices in South Korea: An extension of the technology acceptance model

Penelitian tentang penerimaan teknologi *mobile* dengan menggunakan model penerimaan teknologi yang dikenal dengan MOPTAM (Son *et al.*, 2012). *Mobile Phone Technology Acceptance Model* (MOPTAM) merupakan model yang berdasarkan pada TAM (Davis, 1989) ditambahkan faktor-faktor sosial budaya (Van Biljon dan Kotze, 2008). Penelitian dilakukan kepada para pekerja industri konstruksi di Korea Selatan. Menggunakan *perceived performance* (kinerja yang dirasakan) sebagai variabel untuk mengukur efek penggunaan perangkat *mobile* terhadap kinerja organisasi. Variabel *actual use* yang ada dalam model TAM tidak digunakan sebab menurutnya dalam lingkungan organisasi yang mewajibkan penggunaan sebuah teknologi, *actual use* tidak dapat digunakan sebagai indikator penerimaan sebab karyawan diminta untuk menggunakan sekalipun tidak ada niat mereka untuk menggunakan.

Sebagai gantinya maka variabel user satisfaction (kepuasan pengguna) digunakan sebagai indikator kesuksesan. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa user satisfaction mempunyai dampak positif terhadap perceived performance terhadap penggunaan teknologi *mobile*.



Gambar 2.11. Toward an understanding of construction professionals' acceptance of mobilecomputing devices in South Korea: An extension of the technology acceptance model

Sumber: Son et al.(2012)

Hal tersebut menunjukkan bahwa kesuksesan penggunaan teknologi *mobile* dikalangan profesional industri konstruksi ditentukan oleh sikap para profesional terhadap perangkat *mobile* tersebut. Temuan lain adalah bahwa tidak ada hubungan langsung antara variabel PEU dengan user satisfaction, sebaliknya PU memiliki pengaruh langsung terhadap user satisfaction. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pengguna lebih ditentukan oleh kegunaan teknologi *mobile* dari pada kemudahan menggunakan peralatan tersebut. Karena PEU mempunyai dampak yang positif terhadap PU, dapat diartikan bahwa para profesional tersebut merasakan kegunaan perangkat *mobile* jika perangkat tersebut mudah digunakan. Temuan yang lain bahwa PU dipengaruhi oleh Faktor sosial, Relevansi pekerjaan

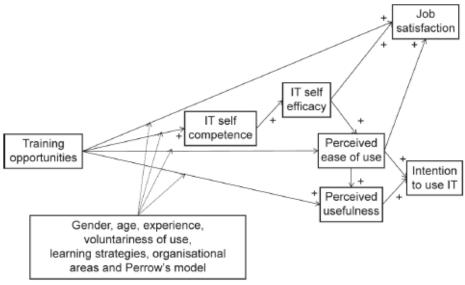
dan top Dukungan manajemen. Hal tersebut menunjukkan bahwa para profesional tersebut menilai kegunaan perangkat tersebut jika lingkungan dimana mereka bekerja mempunyai kesan baik terhadap mereka. Kecuali itu mereka juga percaya akan kegunaan perangkat *mobile* tersebut jika sesuai dengan pekerjaannya. Disamping itu dukungan dari pimpinan juga akan mempengaruhi penerimaan teknologi tersebut. Ditemukan juga bahwa PEU dipengaruhi oleh Pelatihan dan *technologycal complexity*. Artinya jika ada pelatihan yang baik maka para profesional akan merasakan kemudahan dalam menggunakan perangkat *mobile*.

#### 2.3.2. Training opportunities, technology acceptance and job satisfaction

Sehubungan dengan peran Pelatihan (pelatihan), Marco Giovanni Mariani dkk. melakukan penelitian tentang peran Pelatihan terhadap penerimaan teknologi dan *Kepuasan Kerja* (kepuasan kerja) (Mariani, *et al.*, 2013). Penelitian diterapkan kepada karyawan dari 8 perusahaan yang berbeda di Itali. Hasil penelitian menunjukkan bahaw Pelatihan merupakan variabel yang berperan dalam menentukan persepsi kemudahan menggunakan (*perceived* kemudahan), terutama bagi karyawan yang berusia lebih tua, karyawan dengan tingkat pendidikan yang rendah.

Pelatihan juga berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi kegunaan (perceived kegunaan), khususnya bagi pengguna dengan pengalaman menggunakan teknologi informasi yang lebih luas, bagi wanita yang berusia lebih tua dan tidak atau belum mendapatkan pelatihan secara informal Pelatihan dan Kepuasan Kerjajuga mempunyai hubungan yang siginifkan positif, terutama bagi mereka yang bekerja sebagai staf organisasi. Penelitian ini juga menemukan

adanya hubungan yang signifikan positif antara variabel *perceived* kemudahan dengan *Job Satisfaction* 



Note: + = positive effect

Gambar 2.12. Training opportunities, technology acceptance and job satisfaction

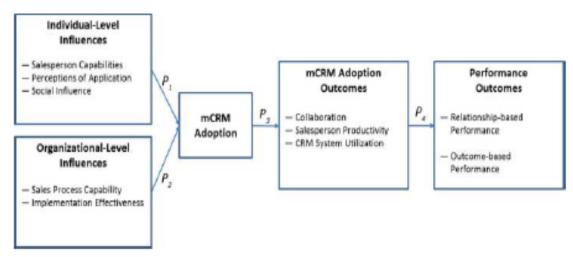
Sumber: Mariani et al.(2013)

# 2.3.3. A conceptual model of the drivers and outcomes of mobile CRM application adoption.

Rodriguez and Trainor (2016), melakukan penelitian untuk mengetahui antesenden dari penerimaan mobile customer relationship management (mCRM) dengan memasukkan karakteristik istimewa dari mCRM yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya. Mereka mempercayai bahwa seiring dengan pertumbuhan pengguna teknologi smartphone maka akan meningkatkan pengguna mCRM.

Menggunakan model TAM2 (Venkatesh and Davis, 2000) dan model *technology-to-performance chain*. Dalam penelitiannya Rodriguez and Trainor (2016)

mengatakan bahwa Faktor sosial, Persepsi tenaga penjual dan Ketrampilan tenaga penjual berpengaruh positif terhadap penggunaan mCRM.

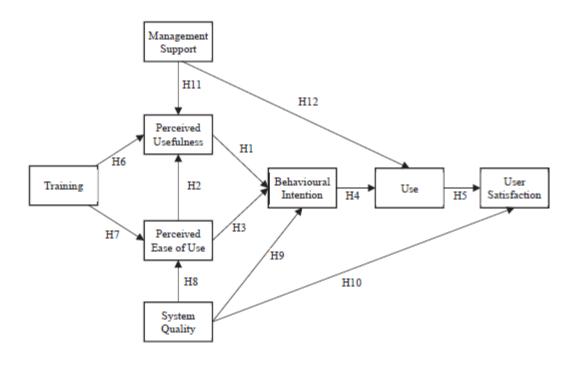


Gambar 2.13. A conceptual model of the drivers and outcomes of mobile CRM application adoption

Sumber: Rodriguez and Trainor (2016)

#### 2.3.4. Enterprise resource planning adoption and satisfaction determinant

Costa et al., 2016 melakukan penelitian tentang factor-faktor yang mempengaruhi penerimaan sistem Enterprise Resource Planning (ERP) dan kepuasan pengguna. Sistem ERP harganya mahal maka bagiamana upaya supaya pengguna mau menggunakan dan merasakan senang adalah hal yang penting. Menggunakan model TAM (Davis, 1989), Costa et al., (2016) menilai ada 3 faktor eksternal yang dianggap relevan mempengaruhi yaitu Pelatihan, Dukungan manajemen dan System Quality.



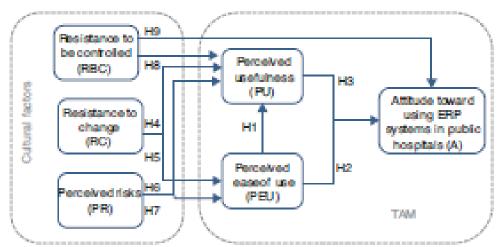
Gambar 2.14. Enterprise resource planning adoption and satisfaction determinant

Sumber: Costa et al.(2016)

Hasil penelitiannya adalah bahwa Dukungan manajemen, Pelatihan dan system quality merupakan konstruk penting untuk menilai adopsi dan kepuasan pengguna. Pelatihan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap perceived of use dan perceive kegunaan. Dukungan manajemen berpengaruh signifikan dan positif terhadap perceived kegunaan dan Use. Bahkan, system quality memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioural intention dan user satisfaction. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pentingnya Dukungan manajemen terhadap penerimaan dan kepuasan pengguna sistem ERP.

# 2.3.5. Impact of Cultural Factors on attitude toward using ERP system in public hospitals

Escobar-Rodríguez and Bartual-Sopena (2015) melakukan penelitian tentang dampak faktor budaya terhadap penggunaan sistem ERP di sebua rumah sakit umum. Masalah utama yang timbul dalam mengadopsi sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) berasal dari organisasi seperti factor sosial dan hambatan budaya. Landasan teoritis yang digunakan adalah model TAM (Davis, 1993).



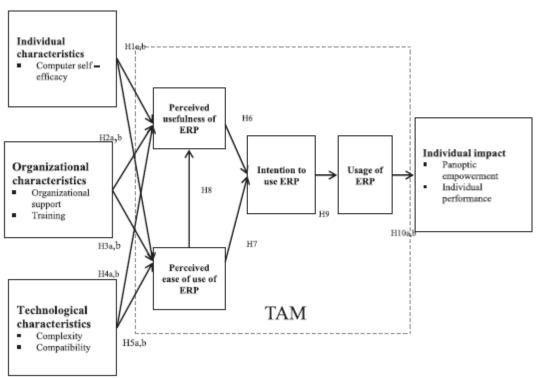
Gambar 2.15. Impact of Cultural Factors on attitude toward using ERP system in public hospitals

Sumber: Escobar-Rodríguez and Bartual-Sopena (2015)

Model yang diusulkan memiliki enam konstruk yaitu "resistance to be controlled (RBC)", "resistance to change (RC)", "perceived risks (PR)", "perceived kegunaan (PU)", "perceived kemudahan (PEU)", dan "attitude toward using(A)". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa RC mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap PU dan PEU, PR mempunyai pengaruh signifikan terhadap PEU, PEU berpengaruh signifikan terhadap PU, PU berpengaruh signifikan positif terhadap

A, PEU tidak berpengaruh signifikan terhadap A dan RBC berpengaruh signifikan terhadap A.

# 2.3.6. Adoption of ERP system: An empirical study of factors influencing the usage of ERP and its impact on end user



Gambar 2.16. Adoption of ERP system: An empirical study of factors influencing the usage of ERP and its impact on end user
Sumber: Rajan and Baral (2015)

Penelitian lain dilakukan oleh Rajan and Baral (2015) yang melakukan studi empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ERP dan dampaknya terhadap pengguna. Penelitian dilakukan dengan menggunakan model penerimaan teknologi TAM dari Davis (1989) sebagai mediator dan variabel eksternal yang terdiri dari 3 variabel yaitu *Individual characteristics*, *Organizational characteristics* dan *Technological characteristics*. Hasil analisis menunjukkan

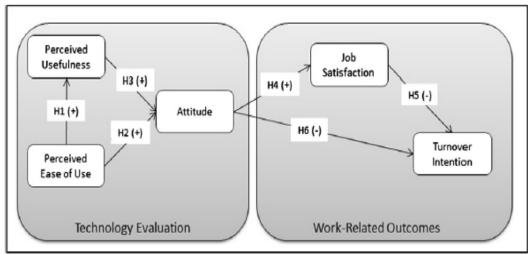
bahwa *computer self-efficacy*, *organizational support*, Pelatihan, dan *compatibility* memiliki pengaruh positif pada penggunaan ERP yang pada gilirannya memiliki pengaruh signifikan terhadap *panoptic empowerment* dan *Individual performance*.

#### 2.3.7. Analyzing the impact of HRIS implementations on HR personnel's job satisfaction and turnover intention

Ada hal-hal yang khusus yang membuat teknologi *mobile* berbeda dengan teknologi yang lain (*non mobile*) seiring dengan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki teknologi *mobile* itu sendiri. Oleh sebab itu perlu pula menggunakan referensi-referensi yang berhubungan dengan teknologi *mobile*. Christian Maier dkk. melakukan penelitian akan dampak penerapan sistem pengolah sumber daya manusia (HRIS) yang berbasis *mobile* terhadap kepuasan kerja (Job Satisfaction) dan perpindahan karyawan (*turnover* intentions) dibagian personalia. Model yang dibangun menggunakan variabel *Belief* dan *Attitude* yang merupakan komponen TAM dan konsekuensi yang berhubungan dengan pekerjaannya.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa ada hubungan yang erat antara penerapan sebuah teknolgi yang baru terhadap konsekuensi yang berhubungan dengan pekerjaan seperti kepuasan kerja dan keinginan untuk keluar atau pindah pekerjaan. Penelitian ini membuktikan bahwa sikap (atitude toward) terhadap sebuah sistem informasi mempengaruhi kepuasan kerja (Job Satisfaction) dan keinginan untuk pindah (turnover intention). Ketika karyawan tidak diberi kesempatan memilih dalam penggunaan sistem atau teknologi baru untuk mendukung kegiatannya sehari-hari, maka hal itu dapat mempengaruhi kepuasan kerja dan keinginan karyawan untuk keluar dari pekerjaan. Penelitian ini

juga memberikan pilihan variabel yang lain dalam riset penerimaan teknologi tidak sekedar fokus pada niat untuk menggunakan (*intention to use*) teknologi.

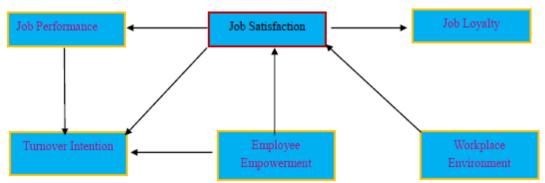


Gambar 2.17. Analyzing the impact of HRIS implementations on HR personnel's job satisfaction and turnover intention

Sumber: Maier, et al. (2013)

### 2.3.8. Determinants of Job Satisfaction and its impact on Employee Performance and Turnover Intention

Keberhasilan setiap organisasi tergantung pada bagaimana anggota staf menikmati pekerjaannya dan bagaimana mereka merasa dihargai atas usaha yang telah mereka lakukan. Para peneliti sebelumnya masih banyak yang menempatkan kepuasan kerja sebagai masalah bagi sebagian besar organisasi. Javed et al. (2014) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) karyawan dan membantu organisasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja serta dampak kepuasan kerja terhadap loyalitas pekerja (*Job Loyality*), prestasi kerja (*Job Performance*) dan keinginan berpindah (*Turnover intention*).



Gambar 2.18. Determinants of Job Satisfaction and its impact on Employee Performance and Turnover Intention

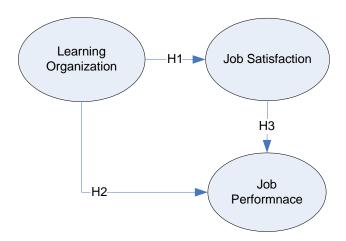
Sumber: Javed et al.(2014)

Hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan positif antara Job Loyality dengan Job Satisfaction, Workplace environment dengan Job Satisfaction, antara Employee empowerment dengan Kepuasan Kerjadan antara Kepuasan Kerjadengan Job Performance. Sebaliknya hubungan antara Turnover Intention dengan Kepuasan Kerjaadalah signifikan negative. Juga tidak ada ubungan antara Employee Empowerment dengan Job satisfaction.

# 2.3.9. Measuring the Impact of Learning Organization on Job Satisfaction and Individual Performance in Greek Advertising Sector

Penelitian hubungan antara *Kepuasan Kerja*dengan *Job Performance* juga dilakukan Dekoulou and Trivellas (2015). Tingkat persaingan yang tinggi, perkembangan teknologi informasi, ketidak pastian ekonomi dan perubahan tren konsumen yang terus menerus, menciptakan era bisnis baru dimana daya saing perusahaan terletak pada kemampuan perusahaan untuk berubah menjadi organisasi pembelajar (*learning organization*). Yaitu organisasi yang terusmenerus menciptakan, menyebarkan dan mengintegrasikan pengetahuan baru.

Penelitian ini membahas hubungan antara *Learning Organization* dengan dua variabel yang mewakili kinerja individu yaitu *Kepuasan Kerja*dan *Job Performance*.



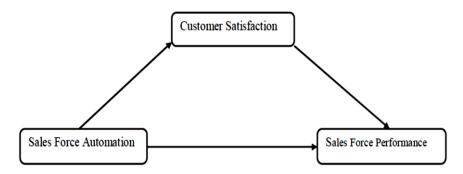
Gambar 2.19. Measuring the Impact of Learning Organization on Job Satisfaction and Individual Performance in Greek Advertising Sector Sumber: Dekoulou and Trivellas (2015)

Temuan penelitian ini adalah bahwa operasi yang berorientasi pembelajaran (Learning Organization) merupakan prediktor penting dari Kepuasan Kerjadan Job performance, sedangkan Kepuasan Kerjaterbukti menjadi mediator hubungan antara Learning Organization dan Job Performance.

### 2.3.10. Model Impact of Sales Force Automation on Relationship Quality and Sales Force Performance

Dampak penggunaan sales force automation terhadap kualitas dan kinerja tenaga penjual (tenaga penjual) pernah dilakukan oleh Dr. Raja Irfan Sabir dan kawan-kawan dalam Jurnalnya yang berjudul Impact of Sales Force Automation on Relationship Quality and Sales Force Performance (Irfan Sabir et al., 2013). Dalam penelitiannya mereka ingin mengukur dampak SFA terhadap Sales Peformance (SP) dan Customer Satisfaction (CS) dan efek CS sebagai mediator

antara SFA dengan SFP. Sampel yang digunakan dibagi menjadi dua kelompok yaitu eksekutif perusahaan dan pengecer dari 4 pabrik susu besar di Pakistan yaitu Nestle, Engro Foods, Nurpur dan Haleeb Foods.



Gambar. 2.20. Model Impact of Sales Force Automation on Relationship Quality and Sales Force Performance

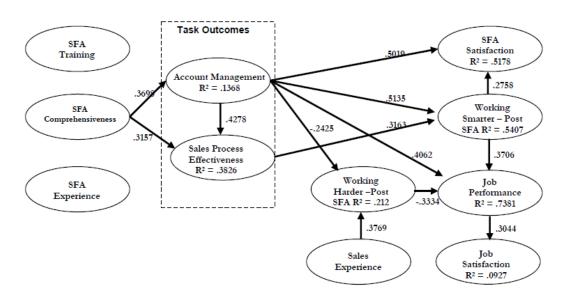
Sumber: Irfan Sabir et al. (2013)

Model penelitiannya seperti pada Gambar 2. 8 dengan 3 hipotesis yaitu 1) SFA berdampak positif terhadap CS, 2) CS berdampak positif terhadap kinerja tenaga penjual, 3) CS berperan sebagai mediator antara SFA dengan SFP.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa SFA berdampak positif terhadap CS, jadi hipothesis 1 terbukti, hal ini juga sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya. Hipothesis ke dua, yaitu CS berdampak positif terhadap SFP juga terbukti, juga ditemukan bahwa penggunaan SFA berdampak langsung dan positif terhadap SFP. Di lingkungan pengecer ditemukan bahwa CS memegang peran penting dalam pengembangan strategi bisnis. CS merupakan mediator yang penting bagi suksesnya sebuah teknologi (SFA) terhadap kinerja tenaga penjual (SFP).

### 2.3.11. Model dan Hasil An Analysis of the Effects of Sales Force Automation on Salesperson Perceptions of Performance

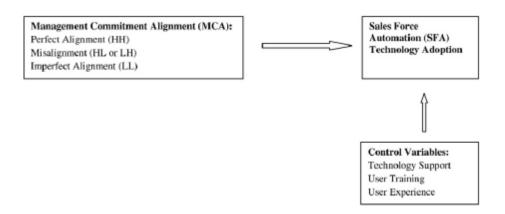
James E. Stoddard dkk. juga meneliti dampak penggunaan Sales Force Automation terhadap tenaga penjual. Survey dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada sales manager dan tenaga penjual dari 200 perusahaan di negara bagian tengah dan barat Amerika Serikat. Model penelitiannya menunjukkan bahwa Kepuasan Kerja(kepuasan kerja) dan Job Performance (Kinerja pekerjaan) merupakan variabel yang harus dimiliki seorang tenaga penjual agar mampu berkerja lebih cerdas bukan lebih keras setelah menggunakan SFA. Untuk itu dua ketrampilan kunci yang harus dimiliki pekerja yang cerdas yaitu Account Management (Pengelolaan data Akun) dan Sales Process Effectiveness (Efektifitas Proses Penjualan) menjadi variabel intervening. Hasil penelitiannya adalah yang pertama bahwa penggunaan SFA mampu meningkatkan Account Management yang juga berdampak poitif dan signifikan terhadap Sales Process Effectiveness. Peningkatan Account Management ini juga berdampak langsung pada peningkatan Job Performance (kinerja pekerjaan) dan dengan meningkatnya Job Performance maka meningkat pula Kepuasan Kerja(kepuasan kerja). Hasil ini menunjukkan bahwa Sales Manajer harus fokus pada penggunaan teknologi ini yang terbukti mampu meningkatkan kemampuan tenaga penjual dalam mengelola konsumennya.



Gambar 2.21. Model dan Hasil An Analysis of the Effects of Sales Force Automation on Salesperson Perceptions of Performance
Sumber: Stoddard et al.(2006)

# 2.3.12. Model The impact of management commitment alignment on salespersons' adoption of sales force automation technologies: An empirical investigation

Pentingnya peran Manajemen terhadap komitmen tenaga penjual menggunakan teknologi SFA juga diteliti oleh Robert Cascio dkk. (Cascio, et al., 2010). Dalam penelitiannya mereka mengenalkan anteseden baru yaitu MCA (Management Commitment Alignment) dalam model adopsi SFA, karena keselarasan komitmen antara manajemen puncak dengan supervisor yang membawahi langsung tenaga penjual dinilai merupakan kunci sukses dalam mengadopsi teknologi ini. Data dikumpulkan secara online dari eksekutif perusahaan yang bergerak dibidang bioteknologi.



Gambar 2.22. Model The impact of management commitment alignment on salespersons' adoption of sales force automation technologies: An empirical investigation

Sumber: Cascio, et al. (2010)

Penelitian menghasilkan temuan bahwa persepsi tenaga penjual terhadap teknologi SFA dipengaruhi komitmen pimpinan diatasnya (top manajer – sales manajer - supervisor). Perbedaan komitmen antara pimpinan dengan supervisor dapat mempengaruhi komitmen tenaga penjual untuk mengadopsi teknologi, meskipun pengaruh tertinggi tetap oleh supervisor sebagai atasan langsung. Manajemen puncak harus selalu melakukan pengukuran persepsi tenaga penjual terhadap teknologi ini dengan mengukur keselarasan komitmen antara pimpinan.

#### 2.4. Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

Perbedaan penelitian yang akan dilakuan dibandingkan dengan penelitian terdahulu dan sekaligus juga sebagai orisinalitas penelitian terletak pada ruang lingkup penelitian dan pemilihan variabel. Jika pada teori-teori terdahulu penelitian hanya terhenti pada diterima atau tidaknya sebuah teknologi dan variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan atau penolakan tersebut serta dampak penggunaan teknologi terhadap perusahaan, maka penelitian ini memperluas

sampai pada dampak penggunaan teknologi tersebut terhadap individu. Hal tersebut penting terutama jika teknologi tersebut berpotensi membuat ketidakpuasan kerja karyawan yang pada ujungnya dapat berdampak pada kinerja perusahaan atau organisasi tersebut. Penelitian sebelumnya lebih banyak melakukan penelitian dengan menggunakan sampel pada manajer atau pimpinan perusahaan sedangkan penelitian ini mengukur dampaknya pada pengguna langsung atau para tenaga penjual.

Tabel 2.11 : Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

	Peneliti	Dukun	Pelat	Releva	Mgmt	Faktor	ase	Usefull	Use	Job	Kinerja
No.		gan Teknis	ihan	nsi pekerja an	Supp.	sosial	of use	ness		Satisfa ction	
1	Son <i>et al.</i> , 2012	Х	Х	Х	Х	Х	Х	Х			
2	Mariani, et al., 2013		Х				Х	Х	Х	Х	
3	Rodriguez and Trainor, 2016					Х			Х		Х
4	Costa et al. 2016		Χ		Χ		X	Χ	Χ	X	
5	Escobar- Rodríguez and Bartual-Sopena, 2015						Х	Х			
6	Rajan and Baral, 2015)		Х		Х		Х	Х	Х		Х
7	Maier, <i>et al.</i> , 2013						Х	Х	Х	Х	
8	Javed <i>et al.</i> , 2014									Х	Х
9	Dekoulou and Trivellas,2015									Х	Х
10	Irfan Sabir et al., 2013								Х	Х	Х
11	Stoddard et al., 2006		Х							Х	Х
12	Cascio, et al., 2010	Х	Х						Х		
13	Adetoro, 2014								Χ	Х	
14	Al-alak and Alnawas, 2011				Х		Х	Х	Х		
15	Cascio et al., 2010	Х	Х		Х						

#### Lanjutan Tabel 2.11.

No.	Peneliti	Dukun gan Teknis	Pelatih an	Releva nsi pekerja an	Mgmt Supp.	Faktor sosial	ase of use	Usefull ness	use	Job Satisfa ction	Kiner ja
16	Chong et al., 2012					Х	Х	Х	Х		
17	Kwak <i>et al.</i> , 2012	Х					Х	Х	Х		
18	Lin et al., 2011						Х	Χ	Х		
19	Lo et al., 2010						Х	Х	Χ		
20	Mariani et al., 2013		Х				Х	Х	Х	Х	
21	Montazemi and Saremi, 2013					Х	Х	Х	Х		
22	Ngai et al., 2005	Х					Х	Х	Х		
23	Pai et al., 2011						Х	Х	Χ		
24	Park and Kim, 2014						Х	Х	Х		
25	Revels et al., 2010						Х	Х	Х		
26	Robinson et al., 2005						Х	Х	Х		
27	Sánchez and Hueros, 2010	Х					Х	Х	Х		
28	Shen et al., 2006						Х	Х			
29	Silvance O. Abeka, 2012				Х		Х	Х			
30	Suki and suki, 2011						Х	Х	Х		
31	Sweis, 2010		Х							Χ	
32	Venter and Davis, 2012						Х	Х	Х		
33	Penelitian ini	Χ	Х	Х	Х	Х	Х	Х	Χ	Х	Х

Sumber: Penelitian Terdahulu