

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam memanfaatkan fitur konsultasi online: studi kasus website sobat-ukm PT. Telkom Indonesia = Analysis of factors that influence users in utilizing the online consultation feature case study website of sobat ukm PT. Telkom Indonesia

Yunia Mandala Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20459629&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemunculan era ekonomi digital disambut baik oleh PT. Telkom Indonesia dengan meluncurkan sebuah website SOBAT-UKM untuk mendukung perkembangan perekonomian di Indonesia, khususnya segmen usaha kecil dan menengah. Website SOBAT-UKM diharapkan menjadi wadah digital untuk berkonsultasi seputar hal-hal yang berkaitan dengan dunia bisnis supaya pelaku bisnis bisa mengembangkan bisnisnya. Salah satunya melalui layanan konsultasi online yang merupakan fitur yang terdapat pada website SOBAT-UKM. Data pada tahun 2016 menunjukkan bahwa target setiap bulan untuk transaksi pada fitur konsultasi belum pernah tercapai sama sekali. Hal ini tentu sangat berhubungan dengan tingkat penerimaan pelaku UKM dalam memanfaatkan situs SOBAT-UKM.

Dari permasalahan inilah peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa yang memengaruhi pengguna dalam memanfaatkan fitur konsultasi online SOBAT-UKM. Model penerimaan untuk melakukan penelitian ini adalah UTAUT. Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner, sedangkan pengolahan dan penarikan kesimpulan menggunakan Partial Least Square PLS . Berdasarkan pengolahan data, dapat diketahui faktor-faktor yang memengaruhi pengguna dalam menggunakan layanan konsultasi online SOBAT-UKM. Faktor-faktor tersebut adalah Effort Expectancy dan Social Influence yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention, serta Facilitating Conditions dan Behavioral Intention yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Use Behavior.

.....

The emergence of the digital economy era was welcomed by PT. Telkom Indonesia by launching a website SOBAT UKM to support the economic development in Indonesia, especially the small and medium business segment. Website SOBAT UKM is expected to be a digital container to consult about matters relating to the business world so that business people can grow their business. One of them through online consultation service which is a feature found on website SOBAT UKM. Data by 2016 indicates that the monthly targets for transactions on consultation features have never been achieved at all. This is certainly very related to the acceptance level of SMEs in utilizing SOBAT UKM sites.

From this problem, the researcher wanted to know what factors influenced the users in using the online consultation feature of SOBAT UKM. The acceptance model for doing this research is UTAUT. Methods of data collection conducted using questionnaires, while processing and withdrawal of conclusions using Partial Least Square PLS . Based on data processing, it can be seen the factors that affect the user in using online consultation services SOBAT UKM. These factors are Effort Expectancy and Social Influence which has a significant influence on Behavioral Intention, as well as Facilitating Conditions and Behavioral Intention which has a significant influence on Use Behavior.