



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS INTERNAL PROSES *E-BUSINESS* PADA PT  
PERHUTANI ALAM WISATA  
(PALAWI TOUR & TRAVEL)**

**SKRIPSI**


**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**

**HILMA NUR'AINI  
0906610012**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
KEKHUSUSAN MANAJEMEN BISNIS  
DEPOK  
JULI 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Hilma Nur'aini  
NPM : 0906610012  
Tanda Tangan :   
Tanggal : 02 Juli 2012



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Hilma Nur'aini  
NPM : 0906610012  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi  
- Indonesia : Analisis Internal Proses *E-Business* pada  
PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*)  
- Inggris : *Internal Analysis E-Business Process at PT*  
*Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

	NAMA	TANDA TANGAN
KETUA	Bapak Eko Rizkianto S.E, M.M.	(.....)
PEMBIMBING	Bapak Fandis Ekyawan S.E, M.M.	(.....)
ANGGOTA PENGUJI	Bapak Fadel Akbar M.S.M, M.Sc.	(.....)

Di tetapkan di : Depok  
Tanggal : 02 Juli 2012

KPS Ekstensi Manajemen

(Imo Gandakusuma, M. B. A)

NIP: 196010031991031001

## KATA PENGANTAR

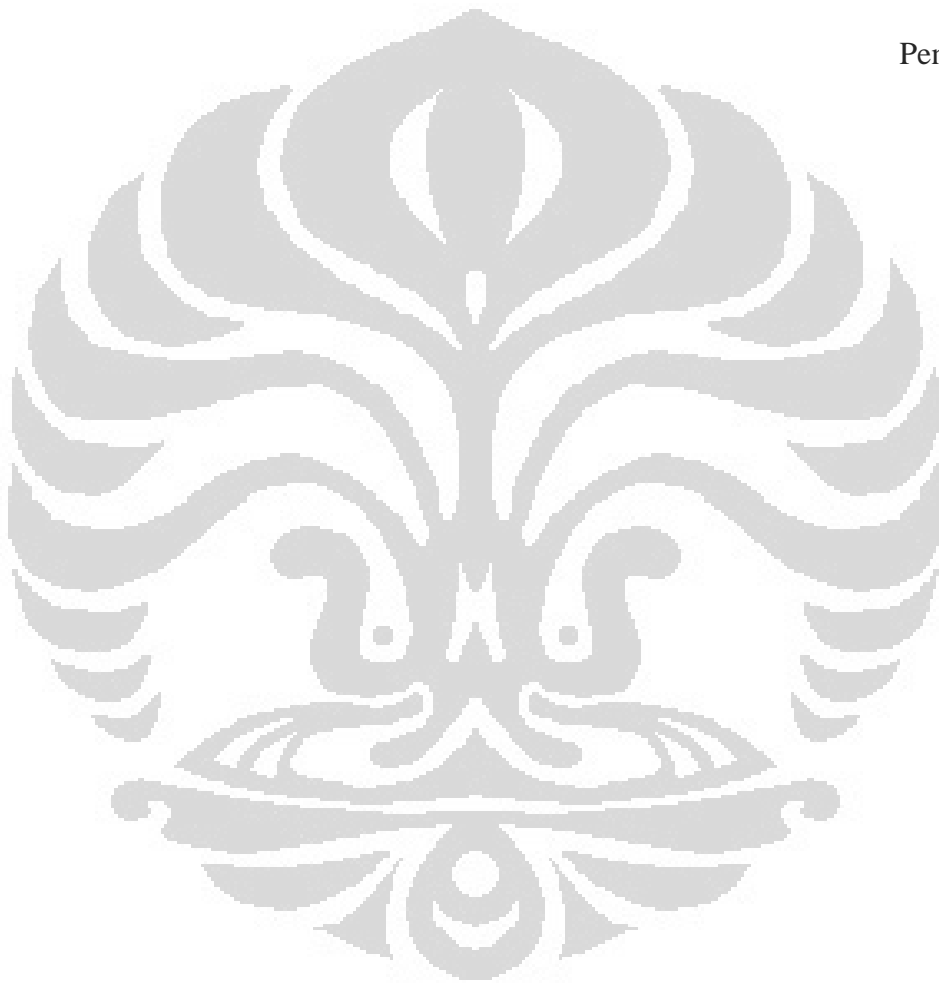
Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Fandis Ekyawan S.E, M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah menyediakan, waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Bapak Eko Rizkianto S.E, M.M. dan Bapak Fadel Akbar M.S.M, M. Sc., selaku penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini;
- (3) pihak PT Perhutani Alam Wisata yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- (4) orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral, *love you mom and dad*;
- (5) Indrayansyah Sukria Saputra, *my lovely man*, yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu dan mengantarkan saya ke kampus dan bertemu dengan dosen pembimbing, *makasih ya nduut*;
- (6) Risnariawati Sinanga dan Ade Irmayani Siregar, *my best friend*, yang elalu siap membantu dan mendengarkan keluh kesah saya dan terus memberikan semangat, *makasih ya Mba..De..* ;
- (7) Shantiana R. Manurung, sahabat tempat berbagi keluh kesah dan suka duka mengerjakan skripsi, *semangat Mba Santi*; dan
- (8) Teman-teman yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 02 Juli 2012

Penulis





## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilma Nur'aini  
NPM : 0906610012  
Program Studi : S1 Manajemen Ekstensi  
Departemen : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :


**Analisis Internal Proses *E-Business* pada PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel)**

***Internal Analysis E-Business Process at PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel)***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal : 02 Juli 2012  
Yang menyatakan

  
(Hilma Nur'aini)

## ABSTRAK

Nama : Hilma Nur'aini  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Analisis Internal Proses *E-Business* Pada PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*)

Skripsi ini membahas mengenai proses *e-business* yang dilakukan oleh PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*). Untuk mengetahui proses yang dilakukan dapat dilihat dari beberapa faktor, antara lain faktor organisasi, faktor manajemen dan faktor lingkungan. Dalam penelitian ini, permasalahan yang ada adalah untuk melihat apakah faktor organisasi, faktor manajemen dan faktor lingkungan memiliki pengaruh yang positif terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan oleh PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*). Metode yang digunakan untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang ada adalah dengan survey bersifat deskriptif (kuantitatif) yang dilakukan satu kali dalam satu periode (*single cross-sectional design*) melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan, manajemen dan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan operasional dari PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*) dengan metode pengambilan sampel yaitu *probability sampling*. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder dengan menggunakan teknik analisis *Stepwise Regression*. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah faktor manajemen menjadi faktor yang berpengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*, sedangkan dua faktor lainnya yaitu faktor organisasi dan lingkungan tidak memiliki pengaruh terlalu besar terhadap proses adopsi *e-business*.

Kata Kunci:  
Jasa, Pariwisata, *Travel Agent*, *E-Business*, Organisasi, Manajemen, Lingkungan

## ABSTRACT

Name : Hilma Nur'aini  
Study Program : Management  
Title : Internal Analysis E-Business Adoption Process at PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel)

The focus of this study is discusses about e-business processes are carried out by PT Perhutani alam Wisata (Palawi Tour & Travel). To find out the process undertaken can be seen from several factors, that is, organizational factors, management factors and environmental factors. In this study, the problem is to see whether organizational factors, management factors and environmental factors have a positive influence on the adoption of e-business is conducted by PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel). The method used to find answers to problems that exist is a descriptive survey (quantitative) done once per period (single cross-sectional design) through the distribution of questionnaires to the respondents. The population of this research is that employees, management and related parties to the operations of PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel) with a sampling method that is probability sampling. Type of data collected are the primary data and secondary data using Stepwise Regression analysis techniques. The results obtained in this study is a factor of management factors that influence the adoption of e-business processes performed by Palawi Tour & Travel, while the other two factors, organizational and environmental factors do not have too much influence on the adoption of e-business.

Key words:

Service, Tourism, Travel Agent, E-Business, Organization, Management, Environment



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat penelitian bagi PT Perhutani Alam Wisata.....	6
1.4.2 Manfaat penelitian bagi pihak lain.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5.1 Unit Analisis .....	6
1.5.2 Cakupan Geografi .....	7
1.5.3 Periode Penelitian .....	7
1.5.4 Batasan Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
2. TINJAUAN LITERATUR .....	9
2.1 Pendahuluan .....	9
2.2 Pengertian Jasa.....	10
2.3 Pengertian Pariwisata.....	11
2.4 Pengertian <i>Travel Agent</i> .....	13
2.5 Pengertian <i>E-Business</i> .....	14
2.6 Pengertian Organisasi .....	16
2.7 Pengertian Manajemen .....	17
2.8 Pengertian Lingkungan.....	17
3. METODOLOGI PENELITIAN .....	19
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3 Populasi Penelitian dan Metode Sampling. ....	21
3.4 Kerangka Penelitian .....	22
3.5 Variabel Penelitian .....	23
3.6 Operasionalisasi Varibel Penelitian .....	26
3.7 Sistematika Kuesioner... ..	30
3.8 Metode Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Awal .....	31
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	31

3.8.3 Analisis Faktor .....	32
3.8.4 Analisis <i>Stepwise Regression</i> .....	33
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	35
4.1 Pelaksanaan Penelitian .....	35
4.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> .....	36
4.3 Uji Reliabilitas Penelitian .....	37
4.3.1 Variabel Faktor Organisasi ( <i>Organization Factor</i> ) .....	37
4.3.2 Variabel Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> ).....	38
4.3.3 Variabel Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> ) .....	38
4.3.4 Variabel Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption</i> <i>Process</i> ) .....	39
4.3.5 <i>Summary</i> Hasil Uji Reliabilitas Penelitian .....	39
4.4 Analisis Faktor Penelitian .....	40
4.4.1 Variabel Faktor Organisasi ( <i>Organization Factor</i> ) .....	40
4.4.2 Variabel Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> ) .....	42
4.4.3 Variabel Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> ) .....	45
4.4.4 Variabel Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption</i> <i>Process</i> ) .....	47
4.4.5 <i>Summary</i> Hasil Analisis Faktor Penelitian .....	50
4.5 Analisis <i>Stepwise Regression</i> .....	61
4.5.1 Variabel <i>Stepwise Regression</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption Process</i> ) .....	62
4.5.2 Pengujian Hipotesis .....	65
5. PENUTUP .....	
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran bagi PT Perhutani Alam Wisata .....	69
5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya .....	69
DAFTAR REFERENSI .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
Lampiran 1 Kuesioner .....	
Lampiran 2 Hasil Output SPSS .....	

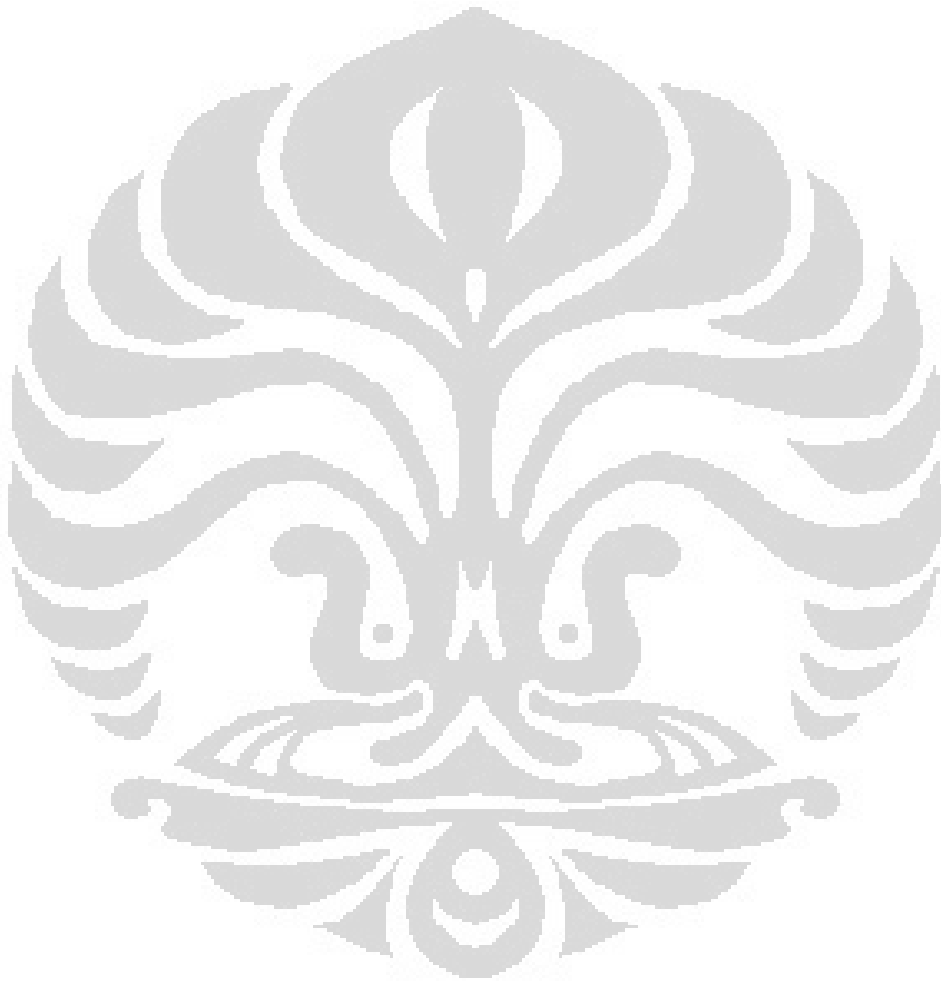
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel-variabel Penelitian .....	24
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kuesioner .....	27
Tabel 4.1 <i>Summary</i> Hasil Tes Reliabilitas pada <i>Pre-Test</i> .....	36
Tabel 4.2 Profil Responden.....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Organisasi .....	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Manajemen .....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Lingkungan .....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	38
Tabel 4.7 <i>Summary</i> Hasil Uji Reliabilitas Penelitian .....	38
Tabel 4.8 Hasil Analisis Variabel Faktor Organisasi .....	40
Tabel 4.9 Hasil <i>Communalities</i> Faktor Organisasi .....	40
Tabel 4.10 Hasil <i>Total Variance Explained</i> Faktor Organisasi .....	41
Tabel 4.11 Hasil <i>Component Matrix</i> Faktor Organisasi .....	41
Tabel 4.12 Hasil Analisis Variabel Faktor Manajemen.....	42
Tabel 4.13 Hasil <i>Communalities</i> Faktor Manajemen.....	43
Tabel 4.14 Hasil <i>Total Variance Explained</i> Faktor Manajemen .....	44
Tabel 4.15 Hasil <i>Component Matrix</i> Faktor Manajemen .....	44
Tabel 4.16 Hasil Analisis Variabel Faktor Lingkungan .....	45
Tabel 4.17 Hasil <i>Communalities</i> Faktor Lingkungan .....	45
Tabel 4.18 Hasil <i>Total Variance Explained</i> Faktor Lingkungan .....	46
Tabel 4.19 Hasil <i>Component Matrix</i> Faktor Lingkungan .....	47

Tabel 4.20 Hasil Analisis Variabel Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	47
Tabel 4.21 Hasil <i>Communalities</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	48
Tabel 4.22 Hasil <i>Total Variance Explained</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	49
Tabel 4.23 Hasil <i>Component Matrix</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	49
Tabel 4.24 <i>Summary</i> Hasil Analisis Faktor tiap Variabel .....	50
Tabel 4.25 <i>Summary</i> Hasil <i>Communalities</i> tiap Variabel .....	51
Tabel 4.26 <i>Summary</i> Hasil <i>Total Variance Explained</i> tiap Variabel .....	56
Tabel 4.27 <i>Summary</i> Hasil <i>Component Matrix</i> tiap Variabel .....	56
Tabel 4.28 Hasil Model <i>Summary</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	62
Tabel 4.29 Hasil Anova Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	62
Tabel 4.30 Hasil <i>Exclude Variable</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	63
Tabel 4.31 Hasil <i>Coefficient</i> Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	64
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Hipotesis Proses Adopsi <i>E-Business</i> .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian .....	23
-----------------------------------	----



## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Persamaan Regresi .....	34
Rumus 4.1 Persamaan Regresi .....	62
Rumus 4.2 Persamaan Regresi Penelitian .....	66





## DAFTAR REFERENSI

International Journal of Electronic Commerce, Vol. 8, No. 3, Mobile Commerce Applications (Spring, 2004), pp. 43-63 Published by: M.E. Sharpe, Inc. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/27751106> . Accessed: 05/09/2011 06:56

Tjandra, Titus, 2004, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Upaya meningkatkan Kualitas Layanan PT Bahtera Teruna Timur*", Jurnal Manajemen Pemasaran Jasa, Volume 11, No.3, September 2004.

Kotler, Philip, & Armstrong, 2001, *Principles of Marketing*, 9<sup>th</sup> edition, USA: Prentice Hall International, Inc.

Peter J. Paul, Olson, C. Jerry, 2002, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 6<sup>th</sup> edition: McGraw Hill.

Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2008). *Business Research Methods*. Singapore: McGrawHill.

Malhotra, Naresh K. (2006). *Riset pemasaran*, ed.4, Jilid 2, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing research: an applied orientation*, (6th ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.

[http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2sRCl\\_rnFz0J:mti.ugm.ac.id/~lukis/UMM/KONSEP%2520TEKNOLOGI/5th\\_meeting\\_E-Business.pdf](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2sRCl_rnFz0J:mti.ugm.ac.id/~lukis/UMM/KONSEP%2520TEKNOLOGI/5th_meeting_E-Business.pdf)

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

<http://www.palawitours.com/>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Semakin berkembangnya dunia bisnis baik dalam maupun luar negeri Indonesia, membuat semakin banyak perusahaan membangun dan merancang strategi bisnis yang baik agar dapat memantau seluruh kegiatan dan mencapai hasil yang diinginkan. Berbagai upaya dan cara ditempuh untuk menghasilkan bisnis yang terbaik dan mampu mempertahankan kelangsungannya secara lama dan berkesinambungan sehingga bisnis tersebut dapat terus maju dan bertahan selama mungkin. Berbagai strategi diterapkan mulai dari keuangan, sumber daya manusia, sumber daya lain, dan lain sebagainya yang mendukung dalam proses pelaksanaan bisnis. Strategi dalam bidang-bidang tersebut disesuaikan dengan fungsi dari manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengelolaan), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan).

Berbisnis merupakan pilihan yang cukup menjanjikan. Banyaknya bidang bisnis menjadikan setiap orang dapat memilih bidang usaha yang menjadi keahliannya. Dalam berbisnis mulai banyak bermunculan teknologi-teknologi baru yang dapat membantu mempermudah dan memperlancar kegiatan dari bisnis yang dijalankan. Terutama saat sekarang ini, dimana teknologi akses data dapat dengan mudah dilakukan dengan menggunakan fasilitas internet. Setiap data yang dibutuhkan akan dapat dengan mudah diakses dan hasil yang didapat cukup cepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, kemudahan teknologi pun mampu menciptakan berbagai sistem yang dapat membantu memperlancar kegiatan usaha yang dilakukan atau dikenal dengan proses *e-business*.

Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah industri pariwisata. Industri pariwisata di Indonesia cukup menjanjikan karena banyaknya sarana pendukung seperti letak Indonesia yang strategis dan berupa negara kepulauan, terdapat tempat-tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi, dan lain sebagainya. Bisnis dalam industri pariwisata memegang peranan penting dan melibatkan banyak aspek yang pada akhirnya merupakan satu kesatuan. Dalam industri pariwisata banyak bisnis-bisnis yang tercipta, antara lain *travel*

*agent*, hotel, restoran, tempat wisata, transportasi, dan lain sebagainya yang semuanya merupakan satu kesatuan yang saling mendukung satu sama lain. Salah satu bisnis yang memegang peranan cukup penting yaitu *travel agent*, karena dapat mengelola dan membuat seluruh lini bisnis tersebut menjadi satu dan saling mendukung agar tercipta suatu kegiatan pariwisata yang baik. Untuk mewujudkan suatu bisnis yang saling mendukung dan terkait satu sama lain dibutuhkan strategi-strategi dan alat yang dapat membantu untuk mewujudkannya. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *e-business* dalam menjalankan dan mengkombinasikan seluruh kegiatan menjadi satu kesatuan.

*Travel agent* merupakan suatu bentuk perusahaan yang didirikan untuk mengelola suatu kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata yang bertujuan untuk mempermudah para wisatawan yang akan bepergian agar mendapatkan seluruh keinginan wisatawan hanya dalam satu tempat dan tidak perlu bersusah payah untuk mengurus segala sesuatunya sendiri. *Travel agent* menyediakan jasa pelayanan wisata mulai dari transportasi (seperti tiket pesawat, kereta api, bus, dan kapal laut), reservasi hotel (mulai dari hotel kelas melati sampai dengan bintang 5), tempat wisata, dan lain sebagainya. Selain jasa tersebut, *travel agent* pun memberikan pelayanan jasa berupa paket wisata yang dapat lebih mempermudah para wisatawan karena seluruhnya akan dipersiapkan mulai dari awal keberangkatan sampai saat kembali lagi, sehingga wisatawan hanya tinggal membawa diri. Oleh karena itu, pekerjaan yang dilakukan oleh *travel agent* membutuhkan suatu sistem dan cara yang cepat agar dapat memudahkan dalam melakukan seluruh kegiatannya. Salah satu strategi yang digunakan oleh para pelaku bisnis *travel agent* yaitu dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, seperti internet yang sangat membantu dalam mempermudah kegiatannya.

Dengan menggunakan internet, *travel agent* dapat mengakses seluruh jaringan mulai dari transportasi, hotel, restoran bahkan sampai dengan tempat wisata. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti *travel agent*, menggunakan media internet untuk melakukan proses bisnisnya seperti penjualan dan pembelian, rantai pasokan, dan menjali hubungan dengan konsumen. Media internet tersebut membuat *travel agent* cenderung menggunakan proses bisnisnya secara *online* dengan *e-business*, seluruh jaringan akan dikoneksikan melalui

jaringan internet, sehingga seluruh kegiatan akan dapat dengan mudah dilakukan dan tidak memakan waktu lama. Dalam bidang transportasi, maskapai penerbangan pun dilengkapi dengan sistem yang dapat di akses melalui internet oleh *travel agent* dan dapat langsung diterima secara *online*, sehingga konsumen tidak perlu datang ke maskapai penerbangan tertentu, cukup datang ke *travel agent* dan akan mendapatkan tiket penerbangan dari berbagai maskapai penerbangan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dalam mengadopsi proses bisnis dengan menggunakan *e-business* terdapat berbagai hal yang terkait dan dapat mempengaruhi dari proses bisnis tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam proses penggunaan *e-business* yaitu faktor lingkungan (*environmental factors*), faktor organisasi (*organizational factors*), dan faktor manajemen (*manajerial factors*). Faktor lingkungan merupakan faktor yang terdapat dari dalam lingkungan dimana suatu bisnis itu beroperasi. Lingkungan dapat mempengaruhi kinerja dari dalam perusahaan, lingkungan yang baik dapat membuat suatu bisnis menjadi lebih berkembang, tetapi apabila lingkungan yang memiliki kompetitor kurang baik akan membuat bisnis tersebut menjadi kurang berkembang. Faktor organisasi merupakan faktor yang terdapat dari dalam organisasi perusahaan, yang terdiri dari manajemen, karyawan, dan seluruh pihak yang terkait selama melaksanakan kegiatan bisnisnya. Suatu organisasi yang solid akan menciptakan suatu bisnis yang baik sedangkan organisasi yang kurang solid akan memberikan dampak yang kurang baik bagi kelangsungan bisnis yang dijalankan. Faktor manajemen, dalam suatu perusahaan manajemen memegang peranan penting dalam operasional perusahaan. Perusahaan dengan manajemen yang baik akan memberikan hasil maksimal bagi bisnis yang dijalankan, sedangkan manajemen yang kurang baik akan memberikan hasil yang tidak maksimal bagi bisnis tersebut. Dalam hal ini, yang akan dibahas adalah mengenai salah satu perusahaan *travel agent* yang berada di Jakarta dan sudah bergerak cukup lama dan akan menganalisa bagaimana proses bisnis dengan menggunakan *e-business* dapat diterapkan pada *travel agent* tersebut.

*Travel agent* yang akan menjadi objek penelitian adalah PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel) yang berkantor pusat di Jakarta yaitu Jl.

Warung Buncit Raya No.45 dan memiliki 4 cabang yang tersebar di Pulau Jawa, yaitu Jawa Barat (Bandung), Jawa Tengah (Semarang), Jawa Timur (Surabaya), dan BSD (Tangerang). Dari semua cabang yang dimiliki, seluruhnya menggunakan *e-business* yang berbasis internet untuk melakukan proses bisnisnya. Dalam melakukan reservasi tiket baik pesawat, kereta api, maupun hotel semuanya memiliki sistem masing-masing yang digunakan dalam kegiatan operasional kegiatan hariannya. Sistem-sistem tersebut berbeda untuk masing-masing kegiatan, seperti dalam reservasi tiket pesawat sistem yang digunakan menggunakan sistem *abacus* yang langsung terkait dengan maskapai penerbangan yang dituju misalnya Garuda Indonesia. Selain itu, saat ini setiap maskapai penerbangan pun sudah dapat diakses dengan menggunakan *website* dari masing-masing maskapai, sehingga petugas *ticketing* dapat langsung mengakses data yang dibutuhkan bagi pelanggan dengan cepat. Data yang diperlukan dapat langsung diinput seperti untuk melihat jadwal penerbangan, tanggal keberangkatan, *seat* yang tersedia dan harga jual yang diberikan oleh maskapai-maskapai penerbangan. Informasi tersebut dapat langsung diterima oleh pelanggan dalam waktu singkat, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama hanya untuk mengetahui ketersediaan *seat* dari maskapai tersebut. Oleh karena itu, akan dapat diketahui bagaimana Palawi *Tour & Travel* dapat mengkoordinasikan penggunaan *e-business* dengan mempertimbangkan ketiga faktor yang memiliki pengaruh dalam proses kegiatannya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas yaitu mengenai proses *e-business* yang diterapkan dan dijalankan pada seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel* di seluruh cabangnya dilihat dari beberapa faktor utama yang mempengaruhi yaitu faktor lingkungan, faktor manajemen, dan faktor organisasi. Permasalahan tersebut dapat diidentifikasi masalah pokok yang akan dibahas adalah:

1. Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)
  - a. Apakah tekanan dari institusional memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?

- b. Apakah tekanan kompetisi memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
2. Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)
  - a. Apakah Palawi *Tour & Travel* dengan tingkat inovasi tinggi dapat lebih mungkin untuk mengadopsi *e-business* daripada Palawi *Tour & Travel* yang memiliki tingkat inovasi rendah?
  - b. Apakah manfaat yang diterima memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
  - c. Apakah aspek keuangan memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
  - d. Apakah sumberdaya Teknologi Informasi (TI) memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
3. Faktor Manajemen (*Management Factor*)
  - a. Apakah CEO memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukanya penelitian ini adalah

1. Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)
  - a. Untuk mengetahui apakah tekanan dari institusional memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
  - b. Untuk mengetahui apakah tekanan kompetisi memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
2. Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)
  - a. Untuk mengetahui apakah Palawi *Tour & Travel* dengan tingkat inovasi tinggi dapat lebih mungkin untuk mengadopsi *e-business* daripada Palawi *Tour & Travel* yang memiliki tingkat inovasi rendah?
  - b. Untuk mengetahui apakah manfaat yang diterima memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
  - c. Untuk mengetahui apakah aspek keuangan memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?



- e. Untuk mengetahui apakah sumberdaya Teknologi Informasi (TI) memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?
4. Faktor Manajemen (*Management Factor*)
- b. Untuk mengetahui apakah CEO memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan Palawi *Tour & Travel*?

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat penelitian bagi PT Perhutani Alam Wisata:

1. Mengetahui bagaimana proses *e-business* yang diterapkan dan dijalankan oleh Palawi *Tour & Travel* sudah dapat diterima dengan baik dilihat dari faktor lingkungan, faktor organisasi dan faktor manajemen.
2. Memberikan masukan kepada Palawi *Tour & Travel* agar dapat menjadi lebih baik dari para kompetitor di bidang yang sama.
3. Memberikan informasi baru kepada seluruh manajer dan karyawan Palawi *Tour & Travel* sehingga dapat bekerja lebih baik lagi.

### 1.4.2 Manfaat penelitian bagi pihak lain:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai proses *e-business* yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, faktor organisasi dan faktor manajemen.

Tidak hanya itu, penelitian ini juga berfungsi sebagai informasi untuk menambah pengetahuan maupun bahan acuan atau pun bahan perbandingan untuk membuat penelitian berikutnya di masa yang akan datang.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

### 1.5.1 Unit Analisis

Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 100 orang baik manajemen, karyawan dan pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan kegiatan dari Palawi *Tour & Travel*. Responden dipilih secara acak dari seluruh manajemen, karyawan dan pihak-pihak terkait dengan kegiatan operasional Palawi

*Tour & Travel* baik kantor pusat maupun cabang. Jumlah responden dipilih dengan tujuan pemenuhan jumlah sampel minimum 30 orang (Mendenhall dan Beaver, 1992).

#### 1.5.2 Cakupan Geografi

Penelitian dilakukan dalam lingkup wilayah seluruh kantor *Palawi Tour & Travel* baik kantor pusat maupun cabang yang tersebar di Pulau Jawa yaitu Bandung, Semarang, Surabaya, dan Tangerang.

#### 1.5.3 Periode Penelitian

Keseluruhan penelitian ini dilakukan dilaksanakan mulai dari minggu pertama bulan Januari 2012 sampai dengan Juni 2012. Penyebaran kuesioner dimulai pada minggu pertama bulan Mei 2012 sampai minggu pertama bulan Juni 2012. Sedangkan analisis data dan penyusunan kesimpulan dan saran akan dilaksanakan pada minggu kedua bulan Juni 2012.

#### 1.5.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan dalam melakukan analisis internal proses *e-business* pada PT Perhutani Alam Wisata (*Palawi Tour & Travel*) hanya oleh 3 faktor yaitu faktor lingkungan, organisasi, dan manajemen.

### 1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab utama, yaitu:

#### Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

#### Bab 2 : Tinjauan Literatur

Bab ini menguraikan hasil dari tinjauan kepustakaan atau riset data sekunder berupa serangkaian teori yang relevan untuk digunakan sebagai landasan penelitian.

### Bab 3 : Metodologi Penelitian

Bab ini memberikan gambaran mengenai bagaimana penelitian ini dilakukan, yang mencakup desain penelitian, metode pengumpulan data, populasi penelitian dan metode pengambilan sampel (*sampling method*), kerangka penelitian, variabel penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, sistematika kuesioner dan metode analisa data.

### Bab 4 : Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi pengolahan dan analisa data primer dan data sekunder yang telah dikumpulkan sehingga diperoleh hasil penelitian yang menjawab masalah dan tujuan penelitian dengan menggunakan *software SPSS versi 17 for windows*.

### Bab 5 : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang direkomendasikan kepada Palawi *Tour & Travel* dan pihak lainnya yang memperoleh manfaat dari hasil penelitian ini maupun saran untuk penelitian berikutnya.

## BAB 2

### TINJAUAN LITERATUR

#### 2.1 Pendahuluan

Dalam melakukan proses bisnis terutama dalam bidang jasa yang mengutamakan pelayanan terbaik pada konsumen, kecepatan, kehandalan, dan kemudahan merupakan hal yang penting. Hal tersebut disebabkan, dalam industri pariwisata merupakan industri yang banyak digunakan masyarakat dan terkadang merupakan kebutuhan terutama dalam transportasi. Oleh karena itu, untuk mempermudah para konsumen mendapatkan jasa dalam industri pariwisata berkembanglah bisnis *travel agent* yang mampu memberikan keseluruhan pelayanan dalam industri pariwisata.

Untuk mendukung seluruh kegiatan tersebut dibutuhkan suatu sistem yang mampu membuat seluruh proses tersebut menjadi satu kesatuan dan dapat dengan mudah dioperasikan. Salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu *e-business* yang menggunakan akses internet. Dengan adanya akses internet akan lebih mempermudah operasionalisasi dari kegiatan yang dilakukan oleh *travel agent*, mulai dari pemasaran, penjualan, rantai pasokan, sampai dengan hubungan pelanggan. Setiap lini bisnis yang berhubungan memiliki sistem yang dapat diakses melalui jaringan internet dan dapat dilakukan secara *online* di *travel agent*, sehingga pelanggan tidak perlu datang langsung ke maskapai penerbangan ataupun ke hotel dan tempat wisata yang mereka tuju. Cukup dengan datang langsung ke *travel agent*, maka konsumen akan mendapatkan seluruh keperluan yang mereka butuhkan selama melakukan kegiatan wisata.

Dengan adanya proses *e-business* semua kegiatan akan lebih mudah dan dapat menghemat waktu serta biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan. Proses tersebut pun dapat terus digunakan karena akan selalu mengikuti perkembangan zaman. Semakin teknologi berkembang pesat, maka proses *e-business* pun akan mengikuti perkembangan tersebut dan dapat memberikan manfaat yang besar dalam kegiatan bisnis baik bagi para pengusaha maupun para pengguna jasa.

## 1.2 Definisi Variabel Penelitian

### 1.2.1 Pengertian Jasa

“Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik” (Kotler, 2000). Dari pengertian tersebut dapat terlihat bahwa jasa adalah suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sehingga dalam perusahaan jasa, produk yang ditawarkan bukan merupakan produk yang berwujud dan tidak dapat dimiliki, tetapi hanya dapat dirasakan. Menurut Kotler (2002), jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

- a. *Intangibility* (tidak berwujud)
- b. *Inseparability* (tidak terpisahkan)
- c. *Variability* (bervariasi)
- d. *Perishability* (mudah lenyap)

Dari pengertian dan karakteristik tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa merupakan perusahaan yang menjual produk tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, dan mudah lenyap. Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah perusahaan sudah melakukan kinerja dengan baik dapat diketahui dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil dari jasa tersebut (Rangkuti, 2006). *Service* (jasa) adalah sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama yaitu (1) operasi jasa, di mana masukan diproses dan elemen-elemen produk jasa diciptakan, dan (2) penyampaian jasa, dimana elemen-elemen produk jasa tersebut dirakit, dirampungkan dan disampaikan kepada pelanggan. (Tjiptono dan Chandra, 2005)

### 1.2.2 Pengertian Pariwisata

Seiring dengan perkembangan pengertian dari pariwisata pun terus mengalami berbagai perkembangan dan pengertian tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dari penggunaan pariwisata itu sendiri.

Kata pariwisata sesungguhnya baru populer di Indonesia setelah diselenggarakannya musyawarah nasional *Tourisme* ke II di Tretes, Jawa Timur, pada tanggal 12-14 Juni 1958. Sebelumnya kata ganti pariwisata yang digunakan kata *touristme* yang berasal dari bahasa Belanda yang sering pula di Indonesiakan menjadi *turisme* (Yoeti, 1996).

Secara etimologis, kata pariwisata yang berasal dari bahasa sansekerta, sesungguhnya bukanlah berarti *tourisme* (bahasa Belanda) atau *tourism* (bahasa Inggris). Kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Wisata, berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain. Lebih lanjut, pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Wisatawan melakukan aktivitas selama mereka tinggal di tempat tujuan wisata dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan (Marpaung, 2002).

Pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut dilakukan secara tidak permanen (Murphy, 2005). Pengertian pariwisata jika di lihat dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan dalam pasal 1 menyatakan:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebahagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang



terkait di bidang tersebut.

- d. Kepariwisataaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
- e. Usaha kepariwisataan adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut.
- f. Obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.
- g. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan manusia yang sifatnya untuk sementara waktu yang dilakukan berdasarkan kehendaknya sendiri, dengan tujuan bukan untuk berusaha, bekerja atau menghasilkan uang, tetapi untuk melihat atau menikmati suatu obyek yang tidak didapatkannya dari asal tempat tinggalnya. Pariwisata bisa diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat lain yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata "tour", sedang untuk pengertian jamak "kepariwisataan" dapat digunakan kata "tourisme" atau "tourism", lebih lanjut batasan pariwisata menurut ketetapan MPRS No I-II tahun 1960, sebagai berikut: "Kepariwisataan dalam dunia *modern* pada hakekatnya adalah suatu cara memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi hiburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu bekerja serta mempunyai modal untuk melihat-lihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara-negara lain (pariwisata luar negeri)".

Batasan pariwisata menurut Schulalard (1910), sebagai berikut : "*Tourism is the sum of operations, mainly of an economic nature, which directly related to the entry, stay and movement of foreigner inside certain country, city or region*". Kraft (1942) mengemukakan batasan yang lebih bersifat teknis sebagai berikut : "*Tourism is the totally of the relationship and phenomena arising from the travel and stay of strangers (ortsfremde), provide the stay does not imply the*

*establishment of a permanent resident*". maksudnya kepariwisataan adalah keseluruhan dari pada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktifitas yang bersifat sementara itu. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi, merupakan definisi oleh Organisasi Pariwisata Dunia.

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Kodyat, 1983). Selanjutnya Burkart dan Medlik (1987) menjelaskan pariwisata sebagai suatu transformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ketujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Wahab (1985), menjelaskan pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga meliputi industri-industri klasik seperti kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan, transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri.

### 1.2.3 Pengertian *Travel Agent*

*Travel agent* adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang menyediakan segala kebutuhan dalam industri perjalanan dengan cara menjual jasa layanan perjalanan menurut Frost (2004), "*A travel agency is a business that links buyers of travel and tourism services with appropriate sellers providing information and advice to buyers as well as selling services*". Artinya, "*travel agent* adalah suatu bisnis yang menghubungkan pembeli jasa perjalanan dan pariwisata kepada penyedia jasa yang menyediakan informasi serta saran bagi pembeli sebaik mungkin. Oleh karena itu, *travel agent* hendaknya menguasai segala informasi yang berhubungan dengan industri perjalanan untuk menyusun

dan menjual produk jasanya serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen (Harsel, 1997).

Di dalam jasa *travel agent* karyawan memegang peranan penting karena mereka bekerja menawarkan jasa yang bersifat *intangibles* - suatu jasa tidak dapat dilihat ataupun dicium, “karyawan menjual jasa perjalanan yang bersifat kesempatan untuk menikmati dunia atau pencapaian suatu impian” (Johnson, 1998). Menurut Drucker (1967), karyawan juga turut menjaga kualitas dan *image* dari sebuah *travel agent*. Oleh karena itu, peranan karyawan di *travel agent* sangat penting, bahkan karyawan lebih dari hanya sekedar staf atau personil, tetapi para karyawan yang menentukan keuntungan dan efisiensi *travel agent*.

#### 1.2.4 Pengertian *E-Business*

Pengertian *e-business* pun begitu banyak dan beragam yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi dari penggunaannya. Pengertian paling sederhana, *e-business* adalah penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan dan mengubah bentuk proses bisnis utama. *E-Business* melakukan serangkaian transaksi dalam sebuah sistem bisnis atau serangkaian proses bisnis (*business process*).

*E-business* merupakan kependekan dari *electronic business* yang secara sederhana diartikan adalah seluruh bisnis yang menggunakan elektronik. Menurut Turban (2004), *e-business* adalah suatu model bisnis yang memiliki cakupan yang sangat luas dari proses bisnis tersebut. Jika dilihat secara infrastruktur, proses bisnis ini menggunakan platform internet sebagai alat mediasinya. Menurut Greenstein dan Vasarhelyi (2002), *electronic business* juga termasuk kepada pertukaran informasi secara tidak langsung dihubungkan kepada pembeli yang sesungguhnya dan penjual barang.

*Electronic business* atau bisnis elektronik memungkinkan perusahaan untuk melakukan hubungan dengan internal dan eksternal dalam memproses data dengan menggunakan sistem secara lebih efisien dan fleksibel untuk bekerja lebih dekat dengan *suppliers* dan mitra kerja, dan juga untuk memberikan kepuasan dari apa yang diinginkan atau harapan dari pelanggan. *E-business* dapat melakukan *purchasing* secara elektronik dan juga *supply chain management*, memproses

pesana secara elektronik, melakukan layanan pelanggan dan kooperasi dengan mitra perusahaan. *Software e-business* memberikan solusi untuk integrasi dari dalam maupun luar lingkungan perusahaan. *E-business* dapat dilakukan dengan menggunakan *web*, internet, ekstranet, dan kombinasi dari bagian-bagian tersebut.

*E-business* dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. *E-business* memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan eksternal mereka secara lebih efisien dan fleksibel. *E-business* juga banyak dipakai untuk berhubungan dengan *supplier* dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara lebih baik. *E-business* didefinisikan oleh O'Brien (2001) sebagai “penggunaan teknologi internet untuk menghubungkan dan memperkuat proses-proses bisnis, perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan komunikasi serta kolaborasi antara sebuah perusahaan dengan para pelanggan, pemasok, mitra kerja bisnis elektronik lainnya”.

Steven Alter (2002), *e-business* adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. Sedangkan menurut Samantha Shurety (2002), *e-business* adalah mengenai penggunaan teknologi internet untuk melakukan transformasi proses bisnis yang dilakukan. Bentuk *e-business* yang paling mudah terlihat adalah pembelian barang secara *online* baik retail maupun grosir.

Definisi *e-business* secara sederhana adalah penggunaan internet untuk berhubungan dengan konsumen, rekan bisnis, dan *supplier*. Penggunaan internet menyebabkan proses bisnis menjadi lebih efisien. Dalam penggunaan *e-business*, perusahaan perlu untuk membuka data pada sistem informasi mereka agar perusahaan dapat berbagi informasi dengan konsumen, rekan bisnis, dan *supplier* dan dapat bertransaksi secara elektronik dengan mereka memanfaatkan internet. Beda *e-business* dengan *e-commerce* adalah *e-commerce* hanya berupa transaksi secara elektronik di internet sedangkan *e-business* termasuk juga pertukaran informasi secara *online* misalnya sebuah perusahaan manufaktur membagi

informasi persediaan bahan baku ke *supplier*, sebuah lembaga keuangan membagi informasi tentang perbankan, *credit card*, dll dengan konsumen mereka, dan sebagainya. (*Executive Guides: Business to Customer* [www.netessence.com.cy](http://www.netessence.com.cy)).

#### 1.2.5 Pengertian Organisasi

Menurut Robbins dan Judge (2008), organisasi adalah sebuah unit sosial yang dikoordinasikan secara sadar, terdiri atas dua orang atau lebih dan yang relatif terus menerus guna mencapai satu atau serangkaian tujuan bersama. Sedangkan menurut Wibowo (2007), organisasi adalah suatu wadah yang dibentuk untuk mencapai tujuan bersama secara efektif. Organisasi adalah suatu perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Organisasi hanya merupakan wadah atau alat saja.

Adapun pengertian organisasi menurut para ahli diantaranya dikemukakan oleh Siagian (2006), menjelaskan organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan atau sekelompok orang yang disebut bawahan. Menurut Dimock (2005), mendefinisikan organisasi adalah suatu cara yang sistematis untuk memadukan bagian-bagian yang saling tergantung menjadi suatu kesatuan yang utuh di mana kewenangan, koordinasi dan pengawasan dilatih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Waldo (2004), organisasi sebagai suatu struktur kewenangan-kewenangan dan kebiasaan dalam hubungan antar orang-orang pada suatu sistem administrasi. Setiap organisasi di samping mempunyai elemen yang umum juga mempunyai karakteristik organisasi yang umum diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dinamis, disebabkan karena adanya perubahan ekonomi, kondisi, sosial dan teknologi.
2. Memerlukan informasi dan melalui proses komunikasi
3. Mempunyai maksud dan tujuan tertentu
4. Terstruktur, organisasi dalam usaha mencapai tujuan biasanya membuat

aturan-aturan, undang-undang dan hierarki hubungan dalam organisasi.

### 1.2.6 Pengertian Manajemen

Menurut Terry (1982), manajemen adalah suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan pelaksanaan dan pengawasan, dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap organisasi yang telah dibagi-bagi bidangnya harus melaksanakan fungsi manajemen secara berdayaguna dan berhailguna.

Lebih lanjut Terry (1984) menyatakan, manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia (SDM) dan sumber-sumber lainnya.

Menurut Terry (1982), fungsi manajemen terdiri dari:

1. Perencanaan (*Planning*)
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
3. Pelaksanaan (*Actuating*)
4. Pengawasan (*Controlling*)

### 1.2.7 Pengertian Lingkungan

Lingkungan adalah sesuatu yang berada di luar atau sekitar makhluk hidup. Para ahli lingkungan mendefinisikan bahwa lingkungan (*environment* atau habitat) adalah suatu sistem yang kompleks dimana berbagai faktor berpengaruh satu sama lain dan dengan masyarakat tumbuh-tumbuhan.

Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti [tanah](#), [air](#), [energi surya](#), [mineral](#), serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun di dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Lingkungan terdiri dari komponen [abiotik](#) dan [biotik](#). Komponen abiotik adalah segala yang tidak bernyawa seperti tanah, udara, air, iklim, kelembaban, cahaya, bunyi. Sedangkan komponen biotik adalah segala sesuatu yang bernyawa seperti tumbuhan, hewan, manusia dan [mikro-organisme](#) (virus

dan bakteri).

Kegiatan bisnis merupakan suatu sistem yang terkait dengan lingkungan sekitarnya. Dalam konsep ini bisnis sebagai suatu sistem organisasi yang menjadi satu kesatuan dengan sistem lain yaitu lingkungan yang melingkupinya. Lingkungan dapat menjadi faktor pendukung maupun penghambat organisasi. Kegiatan organisasi dapat merubah lingkungan, dan juga sebaliknya, lingkungan akan mendorong perubahan pada organisasi.

Pada dasarnya ada dua lingkungan yang mempengaruhi aktifitas bisnis yaitu lingkungan kerja dan lingkungan sosial. Lingkungan kerja memasukkan semua elemen yang relevan dan mempengaruhi organisasi secara langsung, elemen-elemen tersebut dapat berupa pemerintah, kreditur, pemasok, karyawan, konsumen, pesaing, dan lainnya. Sementara itu lingkungan sosial meliputi tekanan-tekanan umum yang mempengaruhi secara luas misalnya tekanan di bidang ekonomi, teknologi, politik, hukum, dan sosial budaya.

Lingkungan pun terdiri dari dua yaitu lingkungan internal organisasi dan lingkungan eksternal organisasi. Lingkungan internal organisasi terdiri dari pemilik, manajemen, pekerja, lingkungan fisik organisasi yaitu sumber daya selain manusia yang dimiliki perusahaan dan menjadi faktor pendukung berjalannya aktifitas organisasi. Lingkungan eksternal adalah pihak-pihak lain yang berada di luar organisasi seperti, pelanggan, pesaing, pemerintah, dan lain-lain.

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Suatu penelitian yang baik, pasti memiliki desain penelitian, menurut Malhotra (2010) desain penelitian adalah kerangka kerja untuk melaksanakan riset pemasaran di mana desain penelitian merinci *detail* prosedur yang penting untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menyusun dan/atau memecahkan masalah riset pemasaran.

Desain penelitian secara luas dapat diklasifikasikan menjadi eksploratif dan konklusif (Malhotra, 2010). Klasifikasi konklusif terbagi menjadi dua yaitu deskriptif dan kausal. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan atau menggambarkan dan menguraikan suatu permasalahan (Malhotra, 2010).

Malhotra (2010) berpendapat bahwa riset deskriptif adalah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama untuk menguraikan suatu permasalahan. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif untuk menguraikan permasalahan yang ada dan untuk menemukan jawaban atas permasalahan tersebut.

Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak satu kali dalam satu periode dengan hanya satu sampel responden diambil dari populasi sasaran, dan hanya didapatkan satu kali dari responden ini (*Single Cross-sectional*) (Malhotra, 2010). Kemudian data yang dihasilkan dari kuesioner akan dianalisa dengan bantuan *software* SPSS 17.0 *for windows*.

Peneliti melakukan *pre-test* untuk menguji pemahaman dari responden terhadap kuesioner baik susunan kata, urutan, bentuk dan *layout*, kesulitan pertanyaan maupun intruksi sehingga dapat mengidentifikasi dan menghilangkan masalah yang mungkin timbul (Malhotra, 2010). Peneliti akan melakukan *pre-test* kepada 30 orang responden.

Data yang didapat dari *pre-test* akan digunakan peneliti untuk uji reliabilitas. Hair (2006) berpendapat bahwa uji reliabilitas adalah sebuah pengukuran atas konsistensi internal dari indikator konstruk, yang



menggambarkan tingkat di mana mereka menandakan konstruk yang lazim digunakan. Sedangkan Malhotra (2010) berpendapat bahwa uji reliabilitas merujuk ke sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu.

Pengukuran uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *Alfa Cronbach* dengan batas nilai *alfa cronbach* lebih besar dari 0.6 (Malhotra, 2010) dengan bantuan program SPSS 17.0 *for windows*.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2010). Menurut Malhotra (2010) data primer adalah data yang diciptakan peneliti untuk tujuan menangani masalah khusus. Dalam hal ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (daftar pertanyaan). Malhotra (2010) berpendapat bahwa kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal yang dijawab oleh responden. Kuesioner memiliki tiga tujuan utama (Malhotra, 2010) yaitu sebagai berikut:

- a. Kuesioner mampu mengartikan informasi yang dibutuhkan kepada item-item pertanyaan yang spesifik sehingga responden mau dan mampu untuk menjawab pertanyaan yang ada.
- b. Membuat responden untuk ikut serta dalam proses pengambilan data dan informasi yang dibutuhkan dan diperoleh dari kuesioner.
- c. Kuesioner digunakan untuk mengurangi kesalahan respon yang datang dari para responden (*response error*).

Kuesioner akan diberikan kepada responden secara langsung melalui *e-mail* dan ada beberapa tempat yang didatangi langsung. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah manajemen dan karyawan serta seluruh pihak yang terkait dengan operasional dari Palawi *Tour and Travel*, dimana diisi sendiri oleh responden (*self-administerd questionnaire*) tersebut. Responden ini adalah responden yang telah memenuhi syarat pada karakteristik responden dan telah

lolos pada *screening question* yang terdapat dalam kuesioner. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, peneliti terlebih dahulu menjelaskan tata cara pengisian kuesioner kepada seluruh responden agar dapat diisi dan dipahami dengan baik serta dapat mengurangi kesalahan pada pengisian kuesioner. Pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur yaitu pertanyaan yang menentukan secara spesifik sehimpunan alternatif tanggapan dan bentuk tanggapan (Malhotra, 2010) dengan tingkatan skala likert yang sama. Adapun peranyaan terstruktur dalam penelitian ini berupa:

1. *Multiple choice questions*, yaitu pertanyaan dengan beberapa alternatif pilihan jawaban untuk untuk mengetahui apakah karakteristik responden sesuai dengan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti.
2. *Scales response questions*, yaitu pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden (Santoso & Tjiptono, 2001). Pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini adalah menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 tingkatan. Nilai untuk jawaban 1 adalah sangat tidak setuju, jawaban 2 adalah tidak setuju, jawaban 3 adalah netral, jawaban 4 adalah setuju, dan jawaban 5 adalah setuju.

## 2. Data Sekunder

Selain data primer yang merupakan data utama dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan data sekunder. Malhotra (2010) berpendapat data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk maksud di luar masalah yang sedang ditangani. Data sekunder dikumpulkan dari data eksternal yaitu data yang berasal dari luar perusahaan, dalam bentuk bahan publikasi (terbitan), *database online*, *database internet*, direktori, data statistik, dan lainnya (Malhotra, 2010).

### 3.3 Populasi Penelitian dan Metode Sampling

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen dimana kita akan menarik beberapa kesimpulan (Cooper & Schindler 2008). Dalam penelitian ini, populasinya adalah manajemen dan karyawan serta seluruh pihak yang terkait dengan operasional Palawi *Tour & Travel* mulai dari kantor pusat di Jakarta dan

seluruh cabang Palawi *Travel* yaitu Bandung, Semarang, Surabaya dan Tangerang.

Ukuran sampel yang digunakan adalah 100 orang responden. Menurut Mendenhall dan Beaver (1992) jumlah responden dipilih dengan tujuan pemenuhan sampel minimum 30 orang (Partodipuro, 2009). Periode penelitian ini dilakukan sejak bulan Januari 2012 sampai dengan Juni 2012. Penyebaran kuesioner dimulai pada minggu pertama bulan Mei 2012 sampai minggu pertama bulan Juni 2012.

Teknik metode sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Yang dimaksud dengan *probability sampling* adalah cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Misalnya jika elemen populasinya ada 100 dan yang akan dijadikan sampel adalah 25, maka setiap elemen tersebut mempunyai kemungkinan 25/100 untuk bisa dipilih menjadi sampel.

Sampel ditentukan peneliti dengan memilih orang-orang yang berkerja di Palawi *Tour & Travel* dan terlibat langsung dalam kegiatan operasionalnya karena orang-orang tersebut lebih mengetahui kegiatan Palawi *Tour & Travel* setiap harinya.

### **3.4 Kerangka Penelitian**

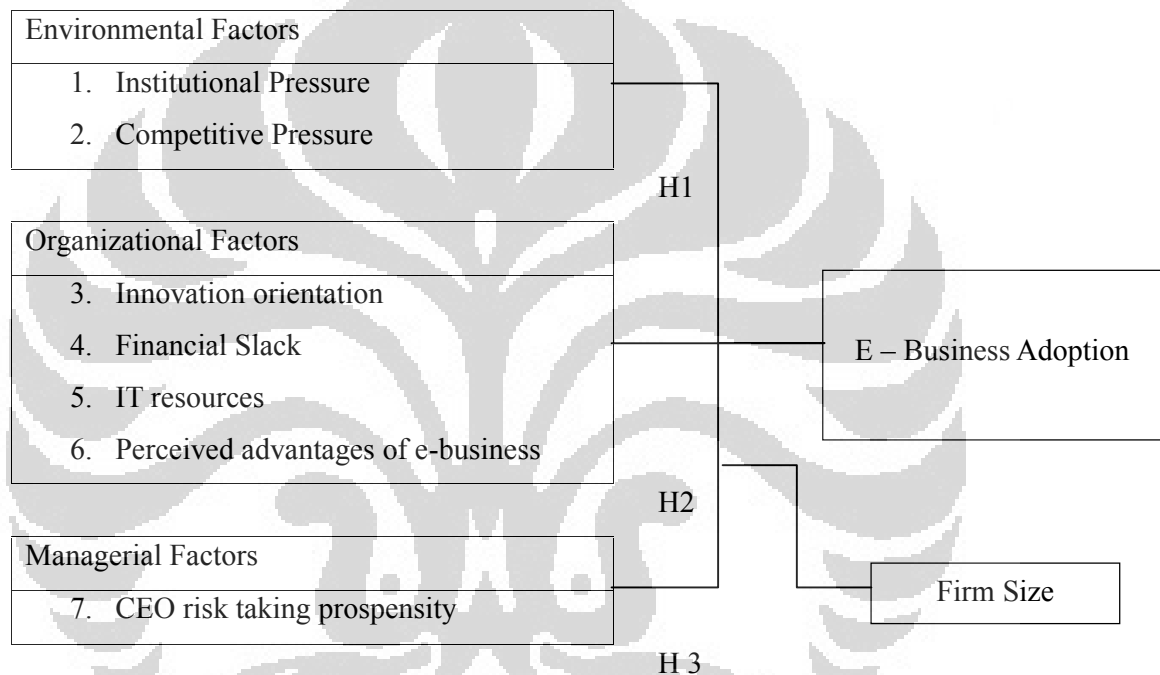
Penelitian ini bersumber pada penelitian yang sudah ada yang dilakukan oleh Sophia Wang dari National Dong Hwa University, Taiwan dan Waiman Cheung dari The Chinese University of Hongkong, Hongkong di Taiwan. Penelitian ini dipublikasikan melalui media jurnal online JSTOR dengan judul "*E-Business Adoption by Travel Agencies: Prime Candidates for Mobile e-Business*". Jurnal ini berisi tentang laporan penelitian mengenai proses adopsi *e-business* pada *travel agent* yang ada di Taiwan.

Dari penelitian tersebut untuk mengetahui proses *e-business* yang dilakukan dapat dilihat dari beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut adalah faktor organisasi (*organizational factor*), faktor manajemen (*manajemen factor*), dan faktor lingkungan (*environment factor*).

Model analitis adalah satu set variabel dan keterkaitan hubungan antar variabel tersebut yang dirancang untuk mewakili secara keseluruhan atau sebagian

sistem nyata atau proses (Malhotra,2010). Model dapat mempunyai banyak bentuk yang berbeda-beda. Model yang paling umum adalah struktur verbal, grafis dan matematis. Dalam penelitian ini, model penelitiannya adalah model grafis, yaitu model analitis yang memberikan gambar visual hubungan antar variabel. Model ini digunakan untuk menunjukkan arah hubungan variabel.

Berikut ini adalah gambar model penelitian:



Gambar 3.1 Model Penelitian

Sumber: Shopia Wang & Waiman Cheung, 2002

### 3.5 Variabel dan Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan model penelitian di atas bahwa proses adopsi *e-business* dipengaruhi oleh variabel faktor organisasi (*organization factor*), faktor manajemen (*management factor*) dan faktor lingkungan (*environment factor*).

Penjelasan dari setiap variabel- variabel tersebut diuraikan dengan jelas pada tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1 Variabel-variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Indikator	Sumber	Penjelasan
1	Faktor Organisasi ( <i>Organizational Factor</i> )	Faktor dari dalam organisasi dimana proses <i>e-business</i> berjalan.	Shopia Wang & Waiman Cheung	Faktor yang berasal dari dalam organisasi seperti bagaimana proses <i>e-business</i> dilakukan, bagaimana sistem tersebut dilaksanakan dalam operasional perusahaan, bagaimana karyawan dapat menggunakan sistem tersebut.
2	Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	Faktor yang berasal dari manajemen dimana proses <i>e-business</i> berjalan.	Shopia Wang & Waiman Cheung	Faktor yang berkaitan dengan kebijakan dari manajemen seperti, bagaimana manajemen menggunakan <i>e-business</i> dalam kegiatan operasional, kebijakan biaya yang dikeluarkan, bagaimana efek yang ditimbulkan terhadap kinerja karyawan, bagaimana penerapan <i>e-business</i> terhadap cabang Palawi.
3	Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	Faktor yang berasal dari lingkungan dimana	Shopia Wang & Waiman Cheung	Faktor yang berasal dari lingkungan sekitar seperti, apakah kompetitor Palawi

		proses <i>e-business</i> berjalan.		menggunakan <i>e-business</i> dalam operasionalnya, apakah lingkungan sekitar membutuhkan sistem <i>e-business</i> untuk mempermudah, bagaimana dampak yang ditimbulkan bagi para pelanggan.
4	Proses Adopsi <i>E-Business (E-Business Adoption Process)</i>	Proses dimana <i>e-business</i> dijalankan	Shopia Wang & Waiman Cheung	Proses bagaimana <i>e-business</i> dijalankan seperti, apakah sistem <i>e-business</i> sesuai dengan kebutuhan, apakah proses <i>e-business</i> memberikan kemudahan bagi karyawan, apakah manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan <i>e-business</i> .

Sumber: Shopia Wang & Waiman Cheung, 2002

#### Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan bagian penting pendekatan masalah. Hipotesis adalah pernyataan yang belum dibuktikan tentang faktor atau fenomena yang menjadi perhatian peneliti (Malhotra, 2010). Pernyataan hipotesis dapat berupa pertanyaan mengenai penelitian. Peran hipotesis adalah memberikan saran tentang variabel apa yang dapat dimasukkan ke dalam desain penelitian. Hipotesis terdiri dari dua, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

Menurut Malhotra (2010), hipotesis nol adalah sebuah pernyataan yang didalamnya tidak ada perbedaan atau dampak yang diharapkan. Jika hipotesis nol ditolak, maka tidak ada perubahan yang akan dibuat. Sedangkan hipotesis alternatif adalah sebuah pernyataan bahwa beberapa perbedaan atau dampak diharapkan terjadi. Menerima hipotesis alternatif akan membawa kepada perubahan pendapat atau tindakan. Maka, hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Sesuai dengan variabel-variabel dalam penelitian ini ada empat hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. H0 : Faktor organisasi memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.  
H1 : Faktor organisasi tidak memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.
2. H0 : Faktor manajemen memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.  
H2 : Faktor manajemen tidak memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.
3. H0 : Faktor lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.  
H3 : Faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh positif terhadap proses *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.

### 1.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Independent variable* (variabel bebas): faktor organisasi, faktor manajemen, dan lingkungan.
2. *Dependent variable* (variabel terikat): proses adopsi *e-business*

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini akan menggunakan pertanyaan yang terstruktur, dengan kata-kata yang mudah dimengerti oleh responden. Setiap pertanyaan menggunakan petunjuk pengisian untuk mengurangi terjadinya kesalahan dalam pengisian kuesioner.

Adapun operasional variabel-variabel dalam penelitian ini dimana disertai dengan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan variabelnya masing-masing, dijelaskan pada tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kuesioner

Variabel	Operasional Variabel	Jenis Skala Pengukuran
<i>Screening Question</i> (1 pertanyaan)	Apakah Anda merupakan karyawan dari PT Perhutani Alam Wisata?	Nominal
Faktor Organisasi ( <i>Organizational Factor</i> ) (8 pertanyaan)	Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	Interval
	Sistem yang digunakan dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan.	Interval
	Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.	Interval
	Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik (seperti: <i>electronic ticket</i> ).	Interval
	Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	Interval
	Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko.	Interval
	Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	Interval



	Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik.	Interval
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> ) (7 pertanyaan)	Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	Interval
	Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	Interval
	Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan.	Interval
	Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT.	Interval
	Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem <i>e-business</i> .	Interval
	Seluruh manajemen Palawi menerapkan hal sama pada semua cabang Palawi.	Interval
	Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang digunakan pada Palawi pusat.	Interval
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Faktor</i> ) (5 pertanyaan)	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	Interval
	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	Interval

	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	Interval
	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	Interval
	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	Interval
Proses Adopsi E-business ( <i>E-business Adoption Process</i> ) (5 pertanyaan)	Proses <i>e-business</i> yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.	Interval
	Proses <i>e-business</i> berjalan dengan baik dalam operasional Palawi.	Interval
	Proses <i>e-business</i> mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.	Interval
	Proses <i>e-business</i> dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.	Interval
	Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.	Interval
Profil Responden (4 pertanyaan)	Jenis Kelamin	Nominal
	Usia	Interval
	Pendidikan Terakhir	Ordinal
	Karyawan pada Palawi	Ordinal

Sumber: Output Hasil Olahan Peneliti

### 3.7 Sistematika Kuesioner

Pada penelitian ini, peneliti menyusun kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan terstruktur (*structured question*). Kuesioner dimulai dengan satu pertanyaan *screening*.

Kegunaan pertanyaan *screening* ini adalah untuk memilih responden yang memenuhi persyaratan awal karakteristik responden yang telah ditentukan dalam penelitian yaitu hanya pada responden yang merupakan karyawan dan manajemen serta seluruh pihak yang terkait dengan operasional Palawi *Tour & Travel*.

Langkah selanjutnya, responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang terkait dengan variabel-variabel yang diteliti. Berikut sistematika kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. *Introduction*

Bagian ini diawali dengan perkenalan, peneliti memberitahu nama, status mahasiswa, jurusan dan asal universitas peneliti. Peneliti juga memberi tahu tema dan tujuan dari kuesioner dan diakhiri dengan permohonan untuk kesediaan mengisi kuesioner.

#### 2. Bagian A : *Screening Question*

Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi responden yang memiliki karakteristik yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Terdapat satu pertanyaan untuk bagian ini.

#### 3. Bagian B : *Independent Variable*

##### a. Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Bagian ini terdiri dari delapan pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap faktor-faktor yang berada di dalam organisasi Palawi *Tour & Travel*. Indikatornya adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

##### b. Faktor Manajemen (*Managerial Factor*)

Bagian ini terdiri dari tujuh pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan manajemen dari Palawi *Tour & Travel*. Indikatornya adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

c. Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Bagian ini terdiri dari lima pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan lingkungan dari Palawi *Tour & Travel*. Indikatornya adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

4. Bagian C : Proses Adopsi *E-Business* (*E-Business Adoption Process*)

Bagian ini terdiri dari lima pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat persetujuan responden terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan proses adopsi *e-business* yang dilakukan oleh Palawi *Tour & Travel*.

5. Bagian D : Profil Responden

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui profil demografis responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, karyawan Palawi di kantor pusat atau kantor cabang.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Awal

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan, peneliti melakukan pemeriksaan awal kuesioner yaitu dengan melakukan *pre-test*. *Pre-test* ini bertujuan untuk menguji kuesioner yang telah disusun kepada sejumlah kecil sampel dari responden yang bertujuan untuk mengidentifikasi kesalahan seperti penyusunan kata atau penggunaan istilah-istilah atau permasalahan yang terdapat dalam kuesioner.

Jumlah sampel responden yang dipilih berkisar antara 15-30 responden sesuai dengan heterogenitas dari target populasi yang diinginkan (Malhotra, 2010) pada penelitian ini. *Pre-test* dilakukan kepada 30 orang responden yang termasuk dalam karakteristik responden yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

#### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2010), uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana skala mampu menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan

berulang terhadap karakteristik tertentu. Peneliti melakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

Metode uji reliabilitas yang digunakan oleh peneliti adalah metode *Alfa Cronbach*. Malhotra (2010) berpendapat bahwa suatu skala dikatakan *reliable* apabila memiliki koefisien  $\alpha > 0.6$ . Jika memenuhi persyaratan ini, maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah *reliable*. Perhitungan *Alfa Cronbach* menggunakan bantuan *software SPSS versi 17.0 for windows*.

### 3.8.3 Analisis Faktor

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis faktor yaitu merupakan sebuah prosedur yang biasa digunakan untuk mereduksi data dan rangkuman data (Malhotra, 2010). Analisis faktor bertujuan untuk mencoba menemukan antara sejumlah variabel yang berhubungan satu dengan yang lainnya sehingga dapat dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Malhotra (2010) berpendapat bahwa kegunaan analisis faktor adalah untuk identifikasi dimensi dasar atau faktor, yang menjelaskan korelasi antara himpunan variabel-variabel yang tidak saling berkorelasi untuk menggantikan himpunan variabel-variabel yang saling berkorelasi dalam analisis banyak variabel berikutnya dan mengidentifikasi suatu himpunan variabel-variabel penting yang lebih kecil dari sebuah himpunan yang lebih besar untuk digunakan dalam analisis variabel berikutnya.

Pengujian pada analisis faktor ini menggunakan beberapa metode, antara lain dengan menggunakan metode *Bartlett Test of Sphericity* dan indeks KMO (Kaiser-Meyer-Olkin). Jika nilai KMO lebih besar dari 0.5 (antara 0.5-1.0) dan nilai signifikansi *Bartlett Test of Sphericity* kurang dari 0.05 maka variabel dan sampel yang ada secara keseluruhan dapat dianalisis lebih lanjut dari sampel yang ada dan dianggap telah cukup untuk penelitian selanjutnya. Menurut Malhotra (2010), uji *Bartlett Test of Sphericity* merupakan sebuah uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak saling berkorelasi dalam populasi. Sedangkan KMO merupakan sebuah indeks yang

digunakan untuk menguji kesesuaian analisis faktor.

Selanjutnya metode *principal component analysis* digunakan untuk proses ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada dengan mengacu pada angka *eigenvalues*. Jika nilai *eigenvalues* lebih besar dari 1, maka faktor yang ada semakin merepresentasikan variabel yang ada (Malhotra, 2010).

Hasil dari analisis faktor dapat terlihat jelas pada:

1. Nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan nilai signifikansi *Bartlett Test of Sphericity* pada tabel hasil analisis faktor untuk melihat kelayakan variabel dan sampel, apakah dapat dianggap telah cukup untuk penelitian selanjutnya, dengan syarat nilai KMO lebih besar dari 0.5 dan nilai signifikasnsi *Bartlett Tes of Sphericity* di bawah 0.05, maka penelitian bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya.
2. Nilai *Communalitie* pada tabel hasil *communalitie* menjelaskan besarnya korelasi satu pertanyaan dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya dalam satu variabel.
3. Nilai *Total Variance Explained* pada tabel *total variance explained* menjelaskan jumlah presentase kostruk dari variabel-variabel penelitian.
4. Nilai *Component Matrix* pada tabel *component matrix* menjelaskan seberapa besar korelasi konstruk terhadap variabel-variabel penelitian, dimana nilai konstruk di atas 0.5 memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis faktor terhadap variabel faktor organisasi, faktor manajemen, faktor lingkungan dan proses adopsi *e-business*. Perhitungan analisis faktor akan menggunakan bantuan *software SPSS versi 17.00 for windows*.

#### 1.8.4 Analisis *Stepwise Regression*

Analisis *Stepwise Reression* dilakukan untuk pengujian hipotesis. Analisis regresi merupakan sebuah prosedur yang kuat dan fleksibel untuk menganalisis hubungan asosiatif antara sebuah variabel terikat (*dependent variable*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*independent variabel*) (Malhotra, 2010).

Regresi bertahap (*Stepwise Regression*) dimaksudkan untuk memilih, dari sejumlah variabel prediktor, suatu himpunan variabel yang lebih kecil yang

berpengaruh terhadap variasi dalam variabel bebas. Dalam prosedur ini, variabel prediktor dimasukkan atau dihilangkan dalam persamaan regresi ini akan menghasilkan suatu persamaan matematis yang digunakan untuk menjelaskan hasil dari analisis *stepwise regression*. Menurut Malhotra (2010), persamaan regresi adalah dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (3.1)$$

dimana:

Y = Proses adopsi *e-business*

a = Konstanta dari persamaan regresi

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub>

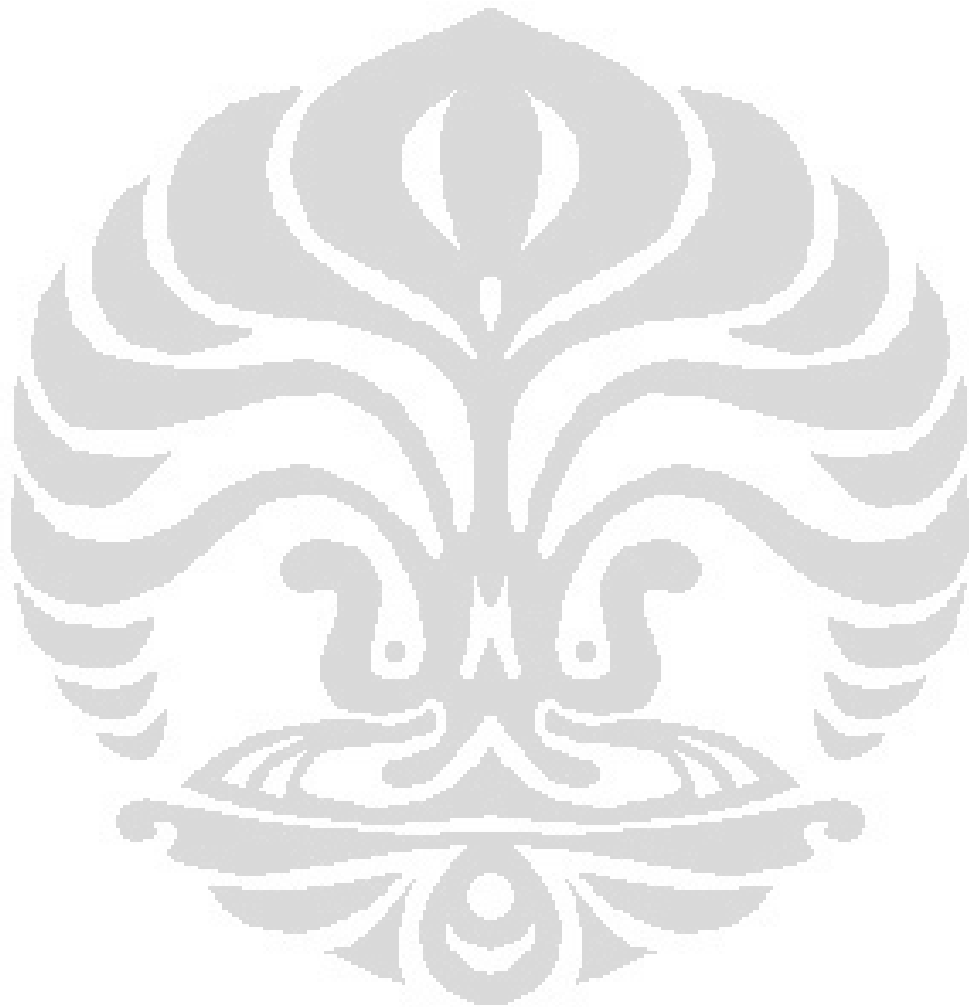
b<sub>2</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>2</sub>

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>3</sub>

Untuk hasil dari analisis *stepwise regression* dapat dilihat pada:

1. Nilai *R square* pada tabel model *summary* untuk melihat jumlah presentase penjelasan variabel *independent* sebagai prediktor terhadap variabel *dependent*.
2. Nilai signifikansi pada tabel Anova untuk melihat kemampuan *independent* variabel menjelaskan dan mempengaruhi *dependent* variabel, dengan syarat nilai signifikansi kurang dari 0.05, maka *independent* variabel mampu menjelaskan dan mempengaruhi *dependent* variabel.
3. Nilai VIF pada tabel *Coefficients* menjelaskan mengenai gejala multikolinearitas (kesetiaan) diantara variabel-variabel *independent*, dengan syarat nilai VIF di bawah 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas. Multikolineritas muncul jika interkolasi antar prediktor-prediktor (variabel *independent*) sangat tinggi.

Pada penelitian ini, analisis *stepwise regression* digunakan untuk mengukur pengaruh variabel faktor organisasi, faktor manajemen dan faktor lingkungan terhadap proses adopsi *e-business* yang dilakukan oleh PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*).





## BAB 4

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Pelaksanaan Penelitian

Langkah awal yang peneliti lakukan adalah melakukan *pre-test* dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden yang memiliki kesesuaian dengan karakteristik populasi yang diteliti. *Pre-test* dilakukan untuk menguji pemahaman dari responden terhadap kuesioner baik susunan kata, urutan, bentuk dan *layout*, kesulitan pertanyaan maupun instruksi sehingga dapat mengidentifikasi dan menghilangkan masalah yang mungkin timbul. Hasil yang didapat dari *pre-test* tersebut, akan digunakan untuk uji reliabilitas.

Setelah seluruh kuesioner *pre-test* diterima oleh peneliti, selanjutnya peneliti melakukan *coding* terhadap kuesioner dan melakukan proses memasukan data ke *software* SPSS versi 17.0 *for windows* untuk uji reliabilitas. Hasil yang didapat pada awal *pre-test* tidak sesuai dengan harapan peneliti karena banyak responden yang mengisi kuesioner secara tidak serius, sehingga peneliti melakukan *pre-test* ulang kepada 30 responden.

Pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan *Alfa Cronbach* dengan batas nilai *alfa cronbach* lebih besar dari 0.6 (Malhotra, 2010), sehingga pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan *reliable*. Pengambilan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang memiliki kesesuaian karakteristik dengan populasi yang diteliti. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada karyawan, manajemen dan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan operasional Palawi *Tour & Travel* yang berada di kantor pusat dan kantor cabang.

#### 4.2 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Pada tahap ini, peneliti melakukan uji reliabilitas terlebih dahulu kepada 30 orang responden. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur konsistensi serta kehandalan pertanyaan pada kuesioner penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti.

Persyaratan pertanyaan kuesioner dapat dikatakan *reliable* adalah apabila memiliki batas nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6. Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitasnya:

Tabel 4.1 Summary Hasil Tes Reliabilitas pada *Pre-Test*

Variabel	Jumlah <i>Construct/</i> Pertanyaan	<i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Kesimpulan
Faktor Organisasi <i>(Organizational Factor)</i>	8	0.786	<i>Reliable</i>
Faktor Manajemen <i>(Management Factor)</i>	7	0.895	<i>Reliable</i>
Faktor Lingkungan <i>(Environment Factor)</i>	5	0.846	<i>Reliable</i>
Proses Adopsi <i>E-Business</i> <i>(E-Business Adoption Process)</i>	5	0.865	<i>Reliable</i>

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Dari tabel di atas dapat disimpulkan, bahwa hasil *pre-test* atas variabel faktor organisasi, faktor manajemen, faktor lingkungan dan proses adopsi *e-business* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6.

Hasil ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner konsisten serta handal dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

#### 4.3 Uji Reliabilitas Penelitian

Setelah uji reliabilitas terhadap 30 orang responden, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas terhadap 100 orang responden yang terdiri dari karyawan, manajemen dan pihak-pihak yang terkait dalam operasional Palawi Tour & Travel. Profil responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Profil Responden

Responden	Uraian
Jenis Kelamin	Laki-Laki 54%
	Perempuan 46%
Usia	21-55 tahun
Pendidikan Terakhir	D-3 38%
	S-1 59%
	S-2 3%
Karyawan pada Palawi	Jakarta 20%
	Bandung 20%
	Semarang 20%
	Surabaya 20%
	Tangerang 20%

Sumber: Output hasil olahan Peneliti

Tujuan dari uji reliabilitas penelitian sama seperti tujuan uji reliabilitas *pre-test* yaitu untuk mengukur konsistensi serta keakuratan dari variabel pertanyaan yang ada dalam kuesioner dalam mengukur satu variabel.

#### 4.3.1 Variabel Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.900	8

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti

Dapat dilihat pada tabel 4.3 bahwa hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0.900, dimana lebih besar dari persyaratan reliabilitas yaitu lebih besar dari 0.6. Hal ini berarti delapan pertanyaan yang ada dalam kuesioner untuk variabel nama merek sudah cukup handal.

#### 4.3.2 Variabel Faktor Manajemen (*Management Factor*)

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Management (*Management Factor*)

Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.873	7

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti

Dari tabel 4.4 menjelaskan bahwa variabel faktor manajemen sudah cukup handal karena hasil *Cronbach's Alpha* adalah 0.873 yang hasilnya lebih besar dari 0.6 yang merupakan persyaratan reliabilitas.

#### 4.3.3 Variabel Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.879	5

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti

Dari tabel 4.5 menjelaskan bahwa variabel faktor manajemen sudah cukup handal karena hasil *Cronbach's Alpha* adalah 0.879 yang hasilnya lebih besar dari 0.6 yang merupakan persyaratan reliabilitas.

#### 4.3.4 Variabel Proses Adopsi *E-Business* (*E-business Adoption Process*)

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Proses Adopsi *E-Business* (*E-business Adoption Process*)

Nilai Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.851	5

Sumber: Output SPSS hasil olahan peneliti

Dari tabel 4.6 menjelaskan bahwa variabel faktor proses adopsi *e-business* sudah cukup handal karena hasil *Cronbach's Alpha* adalah 0.851 yang hasilnya lebih besar dari 0.6 yang merupakan persyaratan reliabilitas.

#### 4.3.5 Summary Hasil Uji Reliabilitas pada Penelitian

Setelah penjabaran dan penjelasan proses penelitian melalui uji reliabilitas di atas, maka dapat dibuat *summary* hasil uji reliabilitas penelitian dengan tujuan untuk mempermudah melihat hasil uji reliabilitas tiap-tiap variabel serta kesimpulan yang diambil. Berikut adalah *summary* hasil uji reliabilitas pada penelitian:

Tabel 4.7 *Summary* Hasil Uji Reliabilitas pada Penelitian

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Kesimpulan
Faktor Organisasi ( <i>Organizational Factor</i> )	8	0.900	<i>Reliable</i>
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	7	0.873	<i>Reliable</i>
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	5	0.879	<i>Reliable</i>
Proses Adopsi E-Business ( <i>E-Business Adoption Process</i> )	5	0.851	<i>Reliable</i>

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

#### 4.4 Analisis Faktor

Selanjutnya peneliti melakukan analisis faktor. Tujuan analisis faktor adalah untuk mereduksi atau meringkas pertanyaan yang tidak relevan atas variabel dalam penelitian. Kemudian pada akhir dari analisis faktor, pertanyaan-pertanyaan atas suatu variabel dalam penelitian akan diekstraksi menjadi satu faktor yang mewakili variabel atau dimensi saja.

Analisis faktor dilakukan dengan melihat nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* yang memberikan penjelasan tentang hubungan tiap pertanyaan pada setiap variabel. Tidak hanya itu, analisis faktor juga dapat dilihat pada nilai *Communalitie*, *Total Variance Explained* dan nilai *Component Matrix*. Selanjutnya akan dijabarkan secara jelas analisis faktor masing-masing variabel penelitian dengan bantuan program *software SPSS versi 17.0 for windows*.

#### 1.4.1 Variabel Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Tabel 4.8 Hasil Analisis Variabel Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.843
Bartlett's Test of Sphericity	Signifikansi	0.000

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa nilai KMO adalah 0.843 yang melebihi nilai persyaratan yaitu 0.5 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* adalah 0.000 yang nilainya kurang dari nilai persyaratan yaitu 0.05.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara komponen dalam variabel faktor organisasi dengan variabel faktor organisasi. Sehingga variabel dan sampel yang ada layak dipakai untuk digunakan pada tahap penelitian selanjutnya.

Tabel 4.9 Hasil *Communalities* Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Organisasi	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
FO1	Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	1.000	0.809
FO2	Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.	1.000	0.846
FO3	Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.	1.000	0.830
FO4	Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik (seperti: <i>electronic ticket</i> ).	1.000	0.892
FO5	Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	1.000	0.847
FO6	Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko	1.000	0.801
FO7	Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i>	1.000	0.761
FO8	Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik	1.000	0.555

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Pada tabel 4.9 di atas menjelaskan bahwa nilai *initial* adalah nilai sebelum digabung dengan pertanyaan lainnya, sedangkan nilai *extraction* adalah nilai korelasi satu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya dalam satu variabel. Seperti pada dimensi FO1 memiliki nilai *initial* 1.000 sebelum digabungkan yang artinya memiliki nilai utuh sebelum digabungkan dengan pertanyaan dan setelah digabung memiliki korelasi dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya sebesar 0.809. Demikian halnya dengan dimensi-dimensi lainnya.

Tabel 4.10 Hasil *Total Variance Explained* Faktor Organisasi  
(*Organizational Factor*)

Jumlah Pertanyaan	<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	% of Variance	Cummulative %
8	4.857	60.707	60.707

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa kedelapan pertanyaan mengenai faktor organisasi yang terdapat dalam kuesioner dapat menjelaskan variabel faktor organisasi sebesar 60.71% dalam satu faktor.

Tabel 4.11 Hasil *Component Matrix* Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Organisasi	Nilai <i>Extracted Matrix</i>	<i>Mean</i>
FO1	Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	0.881	4.08
FO2	Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.	0.894	4.07
FO3	Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.	0.877	4.05
FO4	Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik	0.917	4.06

	(seperti: <i>electronic ticket</i> ).		
FO5	Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	0.872	4.07
FO6	Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko	0.640	4.03
FO7	Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i>	0.588	4.04
FO8	Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik	0.391	4.01

Tabel 4.11 pada nilai *Extracted Component Matrix* menjelaskan bahwa kedelapan pertanyaan yang terdapat pada variabel faktor organisasi memiliki nilai di atas 0.5, walaupun ada yang hasilnya kurang dari 0.5. Ini berarti bahwa hampir semua pertanyaan tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel faktor organisasi. Pada kolom *Mean* dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata konstruk yang paling tinggi dibanding yang lain adalah pada dimensi FO1 dengan nilai 4.08.

#### 1.4.2 Variabel Faktor Manajemen (*Management Factor*)

Tabel 4.12 Hasil Analisis Variabel Faktor Manajemen (*Manajemen Factor*)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.708
Bartlett's Test of Sphericity	Signifikansi	0.000

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa nilai KMO adalah 0.708 yang melebihi nilai persyaratan yaitu 0.5 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* adalah 0.000 yang nilainya kurang dari nilai persyaratan yaitu 0.05.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara komponen dalam variabel faktor manajemen dengan variabel faktor manajemen. Sehingga variabel dan sampel yang ada layak dipakai untuk digunakan pada tahap penelitian selanjutnya.



Tabel 4.13 Hasil *Communalities* Faktor Manajemen (*Management Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Manajemen	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
FM9	Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	1.000	0.694
FM10	Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	1.000	0.706
FM11	Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan	1.000	0.743
FM12	Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT	1.000	0.829
FM13	Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.772
FM14	Seluruh manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.	1.000	0.866
FM15	Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang digunakan pada Palawi pusat.	1.000	0.242

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Pada tabel 4.13 menjelaskan bahwa nilai *initial* adalah nilai sebelum digabung dengan pertanyaan lainnya, sedangkan nilai *extraction* adalah nilai korelasi satu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya dalam satu variabel. Seperti pada dimensi FM9 memiliki nilai *initial* 1.000 sebelum digabungkan yang artinya memiliki nilai utuh sebelum digabungkan dengan pertanyaan dan setelah digabung memiliki korelasi dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya sebesar 0.694. Demikian halnya dengan dimensi-dimensi lainnya

Tabel 4.14 Hasil *Total Variance Explained* Faktor Manajemen  
(*Managementl Factor*)

Jumlah Pertanyaan	<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	% of Variance	Cummulative %
7	4.851	69.303	69.303

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.14 menjelaskan bahwa ketujuh pertanyaan mengenai faktor manajemen yang terdapat dalam kuesioner dapat menjelaskan variabel faktor manajemen sebesar 69.30% dalam satu faktor.

Tabel 4.15 Hasil *Component Matrix* Faktor Manajemen (*Management Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Manajemen	Nilai <i>Extracted Matrix</i>	<i>Mean</i>
FM9	Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	0.833	4.04
FM10	Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	0.840	3.96
FM11	Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan	0.862	3.89
FM12	Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT	0.910	4.09
FM13	Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem <i>e-business</i> .	0.879	4.04
FM14	Seluruh manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.	0.930	4.10
FM15	Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang digunakan pada Palawi pusat.	0.492	4.08

Tabel 4.15 pada nilai *Extracted Component Matrix* menjelaskan bahwa ketujuh pertanyaan yang terdapat pada variabel faktor organisasi memiliki nilai di atas 0.5, walaupun ada yang hasilnya kurang dari 0.5. Ini berarti bahwa hampir semua pertanyaan tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel faktor organisasi. Pada kolom *Mean* dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata konstruk yang paling tinggi dibanding yang lain adalah pada dimensi FM14 dengan nilai 4.10.

#### 1.4.3 Variabel Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Tabel 4.16 Hasil Analisis Variabel Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.844
Bartlett's Test of Sphericity	Signifikansi	0.000

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.16 menjelaskan bahwa nilai KMO adalah 0.844 yang melebihi nilai persyaratan yaitu 0.5 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* adalah 0.000 yang nilainya kurang dari nilai persyaratan yaitu 0.05.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara komponen dalam variabel faktor lingkungan dengan variabel faktor lingkungan. Sehingga variabel dan sampel yang ada layak dipakai untuk digunakan pada tahap penelitian selanjutnya.

Tabel 4.17 Hasil *Communalities* Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Lingkungan	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
FL16	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.863
FL17	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	1.000	0.776
FL18	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.821

FL19	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	1.000	0.516
FL20	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	1.000	0.509

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Pada tabel 4.17 menjelaskan bahwa nilai *initial* adalah nilai sebelum digabung dengan pertanyaan lainnya, sedangkan nilai *extraction* adalah nilai korelasi satu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya dalam satu variabel. Seperti pada dimensi FL15 memiliki nilai *initial* 1.000 sebelum digabungkan yang artinya memiliki nilai utuh sebelum digabungkan dengan pertanyaan dan setelah digabung memiliki korelasi dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya sebesar 0.863. Demikian halnya dengan dimensi-dimensi lainnya.

Tabel 4.18 Hasil *Total Variance Explained* Faktor Lingkungan  
(*Environment Factor*)

Jumlah Pertanyaan	<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	% of Variance	Cummulative %
5	3.485	69.695	69.695

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.18 menjelaskan bahwa kelima pertanyaan mengenai faktor lingkungan yang terdapat dalam kuesioner dapat menjelaskan variabel faktor lingkungan sebesar 69.67% dalam satu faktor.

Tabel 4.19 Hasil *Component Matrix* Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Manajemen	Nilai <i>Extracted</i> <i>Matrix</i>	<i>Mean</i>
FL16	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	0.929	4.08
FL17	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	0.881	4.08
FL18	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	0.906	4.07
FL19	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	0.718	4.16
FL20	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	0.714	4.07

Tabel 4.19 pada nilai *Extracted Component Matrix* menjelaskan bahwa kelima pertanyaan yang terdapat pada variabel faktor lingkungan memiliki nilai di atas 0.5. Ini berarti bahwa semua pertanyaan tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel faktor lingkungan. Pada kolom *Mean* dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata konstruk yang paling tinggi dibanding yang lain adalah pada dimensi FL19 dengan nilai 4.16.

#### 1.4.4 Variabel Proses Adopsi *E-Business* (*E-Business Adoption Process*)

Tabel 4.20 Hasil Analisis Variabel Proses Adopsi *E-Business*  
(*E-Business Adoption Process*)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.808
Bartlett's Test of Sphericity	Signifikansi	0.000

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.20 menjelaskan bahwa nilai KMO adalah 0.808 yang melebihi nilai persyaratan yaitu 0.5 dan nilai signifikansi *Bartlett's Test of Sphericity* adalah 0.000 yang nilainya kurang dari nilai persyaratan yaitu 0.05.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara komponen dalam variabel proses adopsi *e-business* dengan variabel proses adopsi *e-business*. Sehingga variabel dan sampel yang ada layak dipakai untuk digunakan pada tahap penelitian selanjutnya.

Tabel 4.21 Hasil *Communalities* Proses Adopsi *E-business*  
(*E-Business Adoption Process*)

Dimensi	Pertanyaan Faktor Lingkungan	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
PE21	Proses <i>e-business</i> yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.	1.000	0.783
PE22	Proses <i>e-business</i> berjalan dengan baik dalam operasional Palawi.	1.000	0.739
PE23	Proses <i>e-business</i> mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.	1.000	0.762
PE24	Proses <i>e-business</i> dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.	1.000	0.764
PE25	Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.	1.000	0.285

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Pada tabel 4.21 menjelaskan bahwa nilai *initial* adalah nilai sebelum digabung dengan pertanyaan lainnya, sedangkan nilai *extraction* adalah nilai korelasi satu pertanyaan dengan pertanyaan lainnya dalam satu variabel. Seperti pada dimensi PE1 memiliki nilai *initial* 1.000 sebelum digabungkan yang artinya memiliki nilai utuh sebelum digabungkan dengan pertanyaan dan setelah digabung memiliki korelasi dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya sebesar 0.885. Demikian halnya dengan dimensi-dimensi lainnya.

Tabel 4.22 Hasil *Total Variance Explained* Proses Adopsi *E-Business*  
(*E-Business Adoption Process*)

Jumlah Pertanyaan	<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	Total	% of Variance	Cummulative %
5	3.333	66.662	66.662

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.22 menjelaskan bahwa kelima pertanyaan mengenai faktor lingkungan yang terdapat dalam kuesioner dapat menjelaskan variabel faktor lingkungan sebesar 66.66% dalam satu faktor.

Tabel 4.23 Hasil *Component Matrix* Proses Adopsi *E-Business*  
(*E-Business Adoption Proses*)

Dimensi	Pertanyaan Proses Adopsi <i>E-Business</i>	Nilai <i>Extracted</i> <i>Matrix</i>	<i>Mean</i>
FL1	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	0.855	3.95
FL2	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	0.860	3.89
FL3	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	0.873	3.89
FL4	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	0.874	3.95
FL5	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	0.534	3.99

Sumber: Output SPSS hasil olahan Peneliti

Tabel 4.23 pada nilai *Extracted Component Matrix* menjelaskan bahwa kelima pertanyaan yang terdapat pada variabel faktor lingkungan memiliki nilai di atas 0.5. Ini berarti bahwa semua pertanyaan tersebut memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel faktor lingkungan. Pada kolom *Mean* dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata konstruk yang paling tinggi dibanding yang lain adalah pada dimensi PE25 dengan nilai 3.99.

#### 1.4.5 *Summary* Hasil Analisis Faktor Penelitian

Selanjutnya dapat dibuat *summary* analisis faktor penelitian yang terdiri dari hasil analisis faktor tiap variabel, hasil *Total Variabel Explained* tiap variabel dan hasil *Component Matrix* tiap variabel. Tujuan dari *summary* ini dibuat adalah untuk mempermudah melihat hasil analisis faktor tiap-tiap variabel serta kesimpulan yang diambil.

Berikut adalah *summary* hasil analisis faktor tiap variabel, hasil *Total Variance Explained* tiap variabel dan hasil *Component Matrix* tiap variabel pada penelitian:

Tabel 4.24 *Summary* Hasil Analisis Faktor tiap Variabel

Variabel	Nilai KMO	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Kesimpulan
		Nilai Signifikansi	
Faktor Organisasi ( <i>Organization Factor</i> )	0.843	0.0000	Penelitian dapat dilanjutkan
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	0.708	0.0000	Penelitian dapat dilanjutkan
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	0.844	0.0000	Penelitian dapat dilanjutkan



Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption Process</i> )	0.808	0.0000	Penelitian dapat dilanjutkan
--	-------	--------	------------------------------

Sumber: Hasil olahan Peneliti

Tabel 4.25 *Summary* Hasil *Communalities* tiap Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	<i>Construct/</i> Pertanyaan	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>	Kesimpulan
Faktor Organisasi ( <i>Organization Factor</i> )	FO1	Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	1.000	0.809	Hanya berkorelasi sebesar 0.809.
	FO2	Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.	1.000	0.846	Hanya berkorelasi sebesar 0.846.
	FO3	Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.	1.000	0.830	Hanya berkorelasi sebesar 0.830
	FO4	Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan	1.000	0.892	Hanya berkorelasi sebesar

		sistem elektronik (seperti: <i>electronic ticket</i> )			0.892
	FO5	Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	1.000	0.847	Hanya berkorelasi sebesar 0.847
	FO6	Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko.	1.000	0.801	Hanya berkorelasi sebesar 0.801
	FO7	Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.761	Hanya berkorelasi sebesar 0.761
	FO8	Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik.	1.000	0.555	Hanya berkorelasi sebesar 0.555
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	FM9	Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	1.000	0.694	Hanya berkorelasi sebesar 0.694

FM10	Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	1.000	0.706	Hanya berkorelasi sebesar 0.706
FM11	Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan.	1.000	0.743	Hanya berkorelasi sebesar 0.743
FM12	Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT.	1.000	0.829	Hanya berkorelasi sebesar 0.829
FM13	Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.772	Hanya berkorelasi sebesar 0.772
FM14	Seluruh manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.	1.000	0.866	Hanya berkorelasi sebesar 0.866
FM15	Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang	1.000	0.242	Hanya berkorelasi sebesar 0.242

		digunakan pada Palawi pusat.			
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	FL16	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.863	Hanya berkorelasi sebesar 0.863.
	FL17	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	1.000	0.776	Hanya berkorelasi sebesar 0.776.
	FL18	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	1.000	0.821	Hanya berkorelasi sebesar 0.821.
	FL19	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	1.000	0.516	Hanya berkorelasi sebesar 0.516.
	FL20	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	1.000	0.509	Hanya berkorelasi sebesar 0.509

Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption Process</i> )	PE21	Proses <i>e-business</i> yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.	1.000	0.783	Hanya berkorelasi sebesar 0.783
	PE22	Proses <i>e-business</i> berjalan dengan baik dalam operasional Palawi.	1.000	0.739	Hanya berkorelasi sebesar 0.739.
	PE23	Proses <i>e-business</i> mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.	1.000	0.762	Hanya berkorelasi sebesar 0.762.
	PE24	Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.	1.000	0.764	Hanya berkorelasi sebesar 0.764.
	PE25	Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.	1.000	0.285	Hanya berkorelasi sebesar 0.285.

Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Tabel 4.26 *Summary Total Variance Explained* tiap Variabel

Variabel	Jumlah Pertanyaan	<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>			Kesimpulan
		Total	% of Variance	Cumulative %	
Faktor Organisasi ( <i>Organization Factor</i> )	8	4.857	60.707	60.607	60.71%
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	7	4.851	69.303	69.303	69.30%
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	5	3.485	69.695	69.695	69.70%
Proses Adopsi E-business ( <i>E-business Adoption Process</i> )	5	3.333	66.662	66.662	66.66%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Tabel 4.27 *Summary Hasil Component Matrix* tiap Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	<i>Construct/</i> Pertanyaan	Nilai <i>Extracted</i> <i>Component</i> <i>Matrix</i>	<i>Mean</i>	Kesimpulan
Faktor Organisasi ( <i>Organization</i> )	FO1	Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i>	0.881	4.08	<i>Construct</i> memiliki korelasi

<i>Factor)</i>		dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.			yang kuat terhadap variabel penelitian dengan nilai <i>mean</i> tertinggi pada dimensi FO1 sebesar
	FO2	Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.	0.894	4.07	4.08
	FO3	Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.	0.877	4.05	
	FO4	Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik (seperti: <i>elektronik ticket</i> ).	0.917	4.06	
	FO5	Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	0.872	4.07	

	FO6	Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko.	0.640	4.03	
	FO7	Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	0.588	4.04	
	FO8	Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik.	0.391	4.01	
Faktor Manajemen ( <i>Management Factor</i> )	FM9	Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	0.833	4.04	<i>Construct</i> memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel penelitian dengan nilai <i>mean</i> tertinggi pada dimensi FM14 sebesar 4.10
	FM10	Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	0.840	3.96	
	FM11	Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan.	0.862	3.89	



	FM12	Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT.	0.910	4.09	
	FM13	Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sitem <i>e-business</i> .	0.879	4.04	
	FM14	Seluruh manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.	0.930	4.10	
	FM15	Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang digunakan pada Palawi Pusat.	0.492	4.08	
Faktor Lingkungan ( <i>Environment Factor</i> )	FL16	Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .	0.929	4.08	<i>Construct</i> memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel penelitian
	FL17	Palawi memiliki keunggulan dalam melayani	0.881	4.08	

		pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.			dengan nilai <i>mean</i> tertinggi pada dimensi FL19 sebesar 4.16
	FL18	Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .	0.906	4.07	
	FL19	Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	0.718	4.16	
	FL20	Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	0.714	4.07	
Proses Adopsi <i>E-Business</i> ( <i>E-Business Adoption Process</i> )	PE21	Proses <i>e-business</i> yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.	0.885	3.95	
	PE22	Proses <i>e-business</i> berjalan dengan	0.860	3.89	

		baik dalam operasional Palawi.		
	PE23	Proses <i>e-business</i> mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.	0.873	3.89
	PE24	Proses <i>e-business</i> dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.	0.874	3.95
	PE25	Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.	0.534	3.99

### 1.5 Analisis *Stepwise Regression*

Analisis *Stepwise Regression* dilakukan untuk pengujian hipotesis dan bertujuan untuk menganalisis hubungan asosiatif antara sebuah variabel terikat (*dependent variable*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*independent variable*). Selain itu, kegunaan lain dari analisis *Stepwise Regression* yaitu untuk menentukan variabel *independent* yang paling signifikan dalam menjelaskan perilaku variabel *dependent*.

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel faktor organisasi, faktor manajemen, dan faktor lingkungan

terhadap proses adopsi *e-business* yang mengacu pada persamaan regresi.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (4.1)$$

dimana:

Y = Proses Adopsi *E-Business*

a = Kostanta dari persamaan regresi

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub> (dimensi faktor organisasi)

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>2</sub> (dimensi faktor manajemen)

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>3</sub> (dimensi faktor lingkungan)

#### 4.5.1 Analisis *Stepwise Regression* Proses Adopsi *E-Business* (*E-Business Adoption Process*)

Tabel 4.28 Hasil Model *Summary* – Proses Adopsi *E-Business*

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
1	1.000 <sup>a</sup>	1.000	1.000	0.00000000

a. Predictors: (Constant); Faktor Manajemen.

Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Tabel 4.28 menjelaskan bahwa model memiliki R Square sebesar 1.000. Ini berarti bahwa 100% dari variabel proses adopsi *e-business* dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dipilih sebagai prediktor yaitu faktor manajemen.

Tabel 4.29 Hasil ANOVA<sup>e</sup> Proses Adopsi *E-Business*

No	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.000	1	99.000	.	. <sup>a</sup>
	Residual	.000	98	0.000		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), Faktor Manajemen

b. Dependent Variable: Proses Adopsi *E-business*

Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Dari tabel 4.29 yaitu tabel Anova, menjelaskan bahwa model yang ada memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai signifikansi ini berada di bawah 0.05, berarti *independent variable* yaitu Faktor Manajemen mampu menjelaskan dan mempengaruhi *dependent variable* yaitu Proses Adopsi *E-Business*.

Dapat disimpulkan dari tabel 4.29 yaitu dengan nilai signifikansi 0.000 hipotesis nol statistiknya adalah tidak ada pengaruh faktor manajemen terhadap proses adopsi *e-business* sedangkan hipotesis alternatif statistiknya adalah ada pengaruh antara faktor manajemen terhadap *proses adopsi e-business*, sehingga hipotesis penelitian untuk *independent variable* H1 diterima

Tabel 4.30 Hasil *Exclude Variables<sup>c</sup>* – Proses Adopsi *E-Business*

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics		
					Tolerance	VIF	Minimum Tolerance
1	Faktor Organisasi	0.000 <sup>a</sup>	.	.	1.000	1.000	1.000
	Faktor Lingkungan	0.000 <sup>a</sup>	.	.	1.000	1.000	1.000

a. Predictors in the Model: (Constant), Faktor Manajemen

b. Dependent Variable: Proses Adopsi *E-Business*

Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Sedangkan untuk variabel independen lainnya yaitu faktor organisasi dan lingkungan telah dikeluarkan oleh program SPSS versi 17 *for windows* dengan metode *stepwise regression*. Hal ini dapat dijelaskan pada tabel 4.30, dimana variabel sebesar . atau 1 yang lebih besar dari 0.05, yang berarti bahwa kedua *independent variable* ini tidak mampu menjelaskan variabel *dependent* yaitu Proses Adopsi *E-Business*.

Dapat disimpulkan dari tabel 4.29 dengan nilai signifikansi diatas 0.000 hipotesis nol statistiknya salah tidak ada pengaruh faktor organisasi dan lingkungan terhadap proses adopsi *e-business* sedangkan hipotesis alternatif

statistiknya adalah ada pengaruh faktor organisasi dan lingkungan terhadap proses adopsi *e-business*, sehingga hipotesis untuk penelitian untuk kedua *independent variable* ini yaitu tolak H1 dan H3.

Tabel 4.31 Hasil *Coefficients* – Proses Adopsi *E-Business*

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standard Coefficients</i>	t	Signifikan si	<i>Collinearity Statistics</i>	
	B	Std Error	Beta			<i>Tolerance</i>	VIF
1 (Constant)	.000	.000		.	.		
Faktor Manajemen	1.000	.000	1.000	.	.	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Proses Adopsi *E-Business*

b. Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Tabel 4.31 yaitu tabel *Coefficient* dapat menjelaskan mengenai nilai koefisien dari model regresi yang dihasilkan. Pertama kali yang dilihat adalah pada multikolinearitas di antara variabel-variabel independen yang ada yaitu variabel faktor manajemen. Adapun persyaratan untuk melihat ada tidaknya gejala multikolinearitas antar variabel adalah VIF di bawah 10.

Pada tabel 4.31 dapat dilihat bahwa nilai VIF adalah di bawah 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas diantara variabel-variabel independen yang ada. Dengan demikian analisis *stepwise regression* dapat dilanjutkan.

Langkah selanjutnya yaitu kita melihat nilai signifikansi setiap variabel independen. Dari tabel 4.31 menjelaskan bahwa nilai signifikansi dari faktor manajemen adalah 0.000, yang berarti faktor ini memiliki nilai prediktor yang signifikan untuk dimasukkan ke dalam persamaan regresi dalam penelitian ini, sedangkan dua variabel lainnya yaitu faktor organisasi dan lingkungan dapat dilihat pada tabel 4.30 tidak mampu menjelaskan dependen variabel karena memiliki nilai signifikansi di atas 0.005, sehingga tidak dimasukkan ke dalam

persamaan regresi.

Selanjutnya dapat dirumuskan persamaan analisis *stepwise regression* dari hasil penelitian ini dengan melihat nilai B (*Unstandardized Coefficients*) sebagai berikut:

$$Y = 1.000 X_2 \quad (4-2)$$

Dari persamaan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Nilai 1.000 merupakan koefisien regresi dari variabel faktor manajemen yang menunjukkan bahwa variabel faktor manajemen berpengaruh terhadap proses adopsi *e-business*.

#### 1.5.2 Pengujian Hipotesis : H1, H2, dan H3

Pengolahan data primer dengan SPSS versi 17.0 *for windows* telah dilakukan, selanjutnya melakukan uji hipotesis yang dapat dilihat pada tabel 4.31 berikut:

Tabel 4.32 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Deskripsi	Sig.	<i>Unstandardized Coefficient Beta</i>	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	Kesimpulan
H1	Terdapat pengaruh yang positif antara faktor organisasi terhadap proses <i>e-business</i>	.	<i>Not Available</i> karena sudah dikeluarkan oleh SPSS dari model.	<i>Not Available</i> karena sudah dikeluarkan oleh SPSS dari model.	Tolak H1

H2	Terdapat pengaruh yang positif antara faktor manajemen terhadap proses <i>e-business</i> .	0.000	1.000	1.000	Terima H2
H3	Terdapat pengaruh yang positif antara faktor lingkungan terhadap proses <i>e-business</i> .	.	<i>Not Available</i> karena sudah dikeluarkan oleh SPSS dari model.	<i>Not Available</i> karena sudah dikeluarkan oleh SPSS dari model.	Tolak H3

Sumber: Output SPSS Hasil Olahan Peneliti

Dari tabel 4.32 menjelaskan bahwa hanya ada dua kesimpulan yang menerima hipotesis H2, dimana hipotesis tersebut berpengaruh terhadap proses adopsi *e-business*.

Sedangkan dua kesimpulan lagi menolak hipotesis karena regresi bertahap pada program SPSS versi 17.0 for windows mengeliminasi kedua hipotesis tersebut, sehingga disimpulkan kedua hipotesis tersebut ditolak. Dari hasil uji hipotesis di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh positif antara faktor organisasi dengan proses adopsi *e-business* (Tolak H1).

Dari hasil penelitian ini, faktor organisasi tidak memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, lingkungan organisasi tidak terlalu memberikan andil terlalu besar dalam pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*.

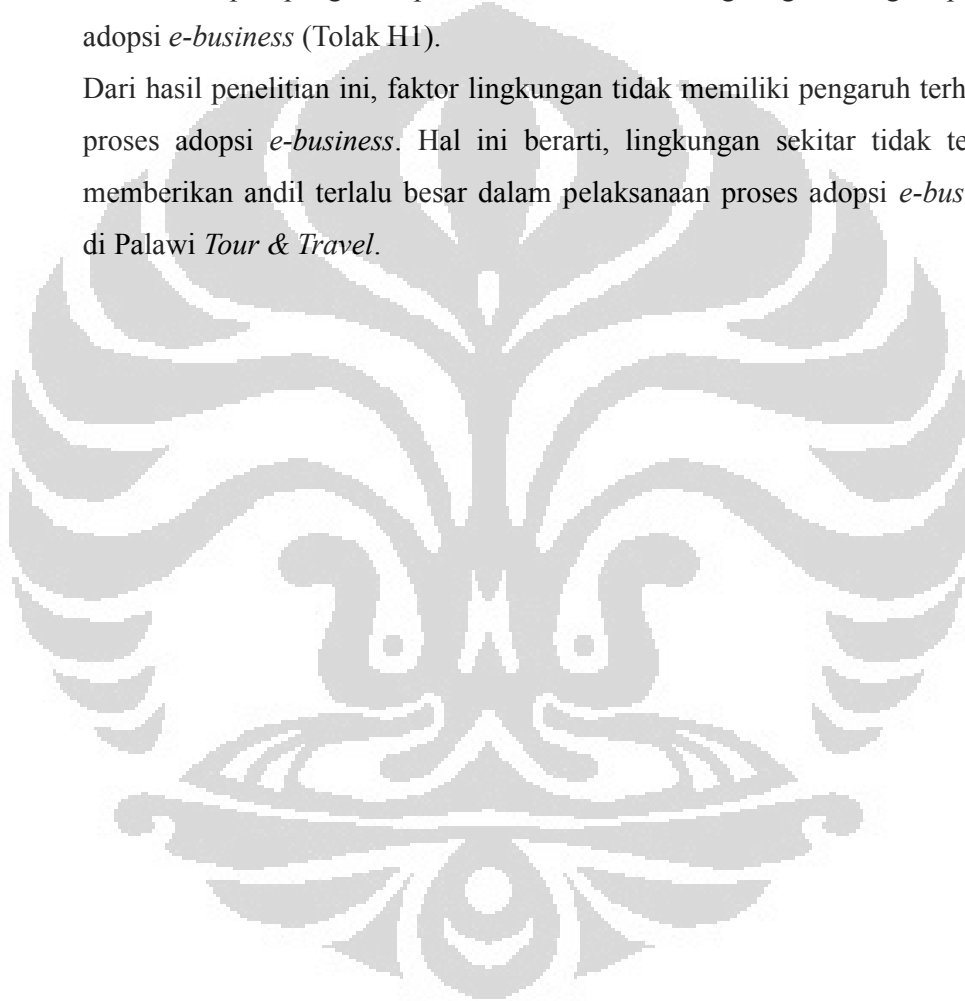


2. Terdapat pengaruh positif antara faktor manajemen dengan proses *adopsi e-business* (Tolak H0).

Dari hasil penelitian ini, faktor manajemen memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, manajemen memiliki peranan cukup besar dalam proses pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*.

3. Tidak terdapat pengaruh positif antara faktor lingkungan dengan proses adopsi *e-business* (Tolak H1).

Dari hasil penelitian ini, faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, lingkungan sekitar tidak terlalu memberikan andil terlalu besar dalam pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*.



## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dari penelitian mengenai proses adopsi *e-business* yang dilakukan oleh PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor organisasi tidak memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, organisasi tidak terlalu memberikan andil terlalu besar dalam pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*. Karyawan dan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan operasional hanya mengikuti perintah dan prosedur yang sudah ada dalam menjalankan pekerjaannya.
2. Faktor manajemen memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, manajemen memiliki peranan cukup besar dalam proses pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*. Manajemen memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kegiatan operasional seperti dalam hal sumber daya manusia, keuangan dan lain sebagainya.
3. Faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap proses adopsi *e-business*. Hal ini berarti, lingkungan sekitar tidak terlalu memberikan andil terlalu besar dalam pelaksanaan proses adopsi *e-business* di Palawi *Tour & Travel*. Lingkungan sekitar tempat Palawi *Tour & Travel* hanya sebagai pelengkap dan bukan hal yang memiliki pengaruh besar bagi kegiatan operasionalnya.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil akhir penelitian ini, maka Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak, yaitu:

### 5.2.1 Saran bagi PT Perhutani Alam Wisata (Palawi *Tour & Travel*)

1. Manajemen Palawi *Tour & Travel* harus terus memberikan dukungan kepada para karyawan dan pihak-pihak terkait agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik. Manajemen harus mampu mengikuti perkembangan dari sistem-sistem *e-business* yang selalu berubah sesuai dengan kebutuhan agar dapat terus memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumennya.
2. Palawi *Tour & Travel* harus terus melakukan inovasi terhadap produk dan pelayanan terbaik bagi konsumen agar dapat terus bertahan dan menjadi perusahaan *travel* terbaik.

### 5.2.3 Saran bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan suatu hasil yang lebih baik dapat dilakukan dengan:

1. Menambahkan beberapa variabel independen yang relevan dengan proses adopsi *e-business*.
2. Memperluas cakupan geografisnya dengan jumlah responden yang lebih besar sehingga hasil yang didapatkan lebih mewakili populasinya.
3. Meneliti beberapa perusahaan, tidak hanya satu perusahaan saja.

## DAFTAR REFERENSI

International Journal of Electronic Commerce, Vol. 8, No. 3, Mobile Commerce Applications (Spring, 2004), pp. 43-63  
Published by: M.E. Sharpe, Inc.  
Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/27751106> .Accessed: 05/09/2011 06:56

Tjandra, Titus, 2004, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Upaya meningkatkan Kualitas Layanan PT Bahtera Teruna Timur*", Jurnal Manajemen Pemasaran Jasa ,Volume 11, No.3, September 2004.

Kotler, Philip, & Amstrong, 2001, *Principles of Marketing*, 9<sup>th</sup> edition, USA:Prentice Hall International, Inc.

Peter J. Paul, Olson, C. Jerry, 2002, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 6<sup>th</sup> edition: McGraw Hill.

Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2008). *Business Research Methods*. Singapore: McGrawHill.

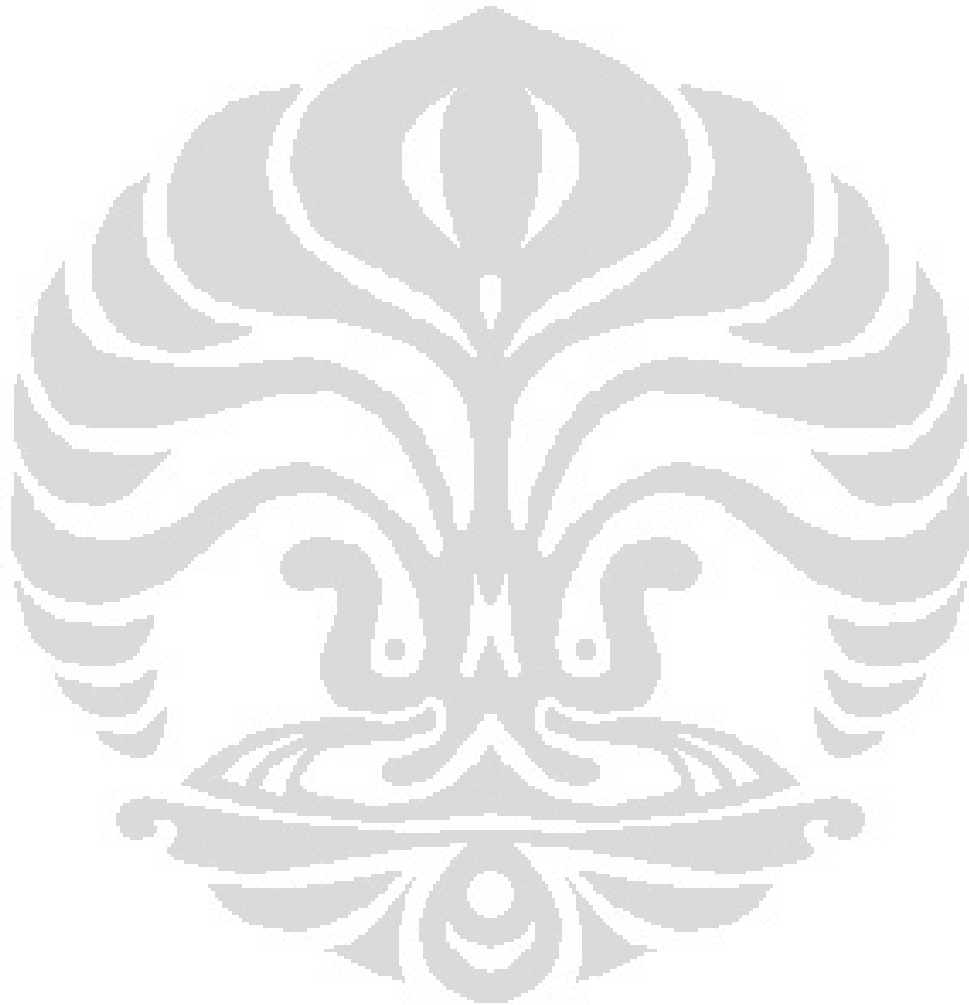
Malhotra, Naresh K. (2006). *Riset pemasaran*, ed.4, Jilid 2, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing research: an applied orientation*, (6th ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.

[http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2sRCl\\_rnFz0J:mti.ugm.ac.id/~lukis/UMM/KONSEP%2520TEKNOLOGI/5th\\_meeting\\_E-Business.pdf](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2sRCl_rnFz0J:mti.ugm.ac.id/~lukis/UMM/KONSEP%2520TEKNOLOGI/5th_meeting_E-Business.pdf)

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata>

<http://www.palawitours.com/>





## KUESIONER

No. Responden :

Nama Responden :

No. Telepon/ HP :

Para karyawan yang terhormat,

Saya Hilma, Mahasiswi S-1 Manajemen Universitas Indonesia, sedang melakukan penelitian mengenai '**Analisis Internal Proses *E-Business* pada PT Perhutani Alam Wisata (Palawi Tour & Travel)**'. Mohon sekiranya kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu sejenak.

Petunjuk : Bacalah dengan seksama pertanyaan-pertanyaan yang ada, kemudian pilih jawaban yang tersedia sesuai dengan petunjuk pengisian.

### A. Screening

(Lingkari jawaban yang Anda pilih)

Apakah Anda merupakan salah satu karyawan dari PT Perhutani Alam Wisata?

1. Ya, lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.
2. Tidak, berhenti dan terima kasih.

### B. Independent Variable

Pertanyaan berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi proses *E-business* yang dilakukan pada PT Perhutani Alam Wisata.

(Berilah tanda  $\surd$  pada kolom yang tersedia)

FAKTOR ORGANISASI					
Pernyataan Opini	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
1. Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.					
2. Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.					
3. Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan <i>e-business</i> yang dilakukan Palawi.					
4. Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik (seperti : <i>electronic ticket</i> ).					
5. Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.					
6. Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko					
7. Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .					
8. Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan Baik.					

FAKTOR MANAJEMEN					
Pernyataan Opini	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
9. Manajemen menggunakan sistem <i>e-business</i> dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.					
10. Penggunaan sistem <i>e-business</i> mempengaruhi biaya operasional perusahaan.					
11. Sistem <i>e-business</i> meningkatkan kinerja dari karyawan.					
12. Sistem <i>e-business</i> sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT.					
13. Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem <i>e-business</i> .					
14. Seluruh Manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.					
15. Cabang Palawi dapat dengan mudah mengadopsi <i>e-business</i> yang digunakan pada Palawi pusat.					

<b>FAKTOR LINGKUNGAN</b>					
<b>Pernyataan Opini</b>	<b>Sangat Tidak Setuju (1)</b>	<b>Tidak Setuju (2)</b>	<b>Netral (3)</b>	<b>Setuju (4)</b>	<b>Sangat Setuju (5)</b>
16. Kompetitor Palawi menggunakan sistem <i>e-business</i> .					
17. Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan competitor.					
18. Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem <i>e-business</i> .					
19. Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.					
20. Sistem <i>e-business</i> memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.					

### C. Independent Variable

(Berilah tanda  $\surd$  pada kolom yang tersedia)

<b>PROSES ADOPSI E-BUSINESS</b>					
<b>Pernyataan Opini</b>	<b>Sangat Tidak Setuju (1)</b>	<b>Tidak Setuju (2)</b>	<b>Netral (3)</b>	<b>Setuju (4)</b>	<b>Sangat Setuju (5)</b>
21. Proses <i>e-business</i> yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.					
22. Proses <i>e-business</i> berjalan dengan baik dalam operasional Palawi.					
23. Proses <i>e-business</i> mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.					
24. Proses <i>e-business</i> dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.					
25. Proses <i>e-business</i> memberikan manfaat kepada Palawi.					



#### D. Profil Responden

(Berilah tanda  $\surd$  pada kolom yang tersedia)

Jenis Kelamin

<input type="checkbox"/>	Laki-laki
<input type="checkbox"/>	Perempuan

Usia : ..... tahun

Pendidikan Terakhir

<input type="checkbox"/>	SD	<input type="checkbox"/>	S-1
<input type="checkbox"/>	SMP	<input type="checkbox"/>	S-2
<input type="checkbox"/>	SMA	<input type="checkbox"/>	S-3
<input type="checkbox"/>	D-3	<input type="checkbox"/>	Lain-lain (sebutkan) :

Karyawan pada Palawi

<input type="checkbox"/>	Kantor Pusat
<input type="checkbox"/>	Cabang Bandung
<input type="checkbox"/>	Cabang Semarang
<input type="checkbox"/>	Cabang Surabaya
<input type="checkbox"/>	Cabang BSD - Tangerang

- SELESAI & TERIMA KASIH -

## UJI REABILITAS PRE-TEST

### 1. Variabel Faktor Organisasi (*Organization Factor*)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

### 2. Variabel Faktor Manajemen (*Management Factor*)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	7

### 3. Variabel Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

#### 4. Varibel Proses *E-Business* (*E-Business Process*)

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	96.7
	Excluded <sup>a</sup>	1	3.3
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

## HASIL ANALISIS *CRONBACH'S ALPHA*

### 1. Faktor Organisasi (*Organizational Factor*)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Palawi menggunakan sistem e-business dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	28.33	3.860	.801	.876
Sistem yang digunakan dapat membantu dalam melaksanakan pekerjaan.	28.34	3.883	.812	.875
Sistem yang digunakan menunjang dalam kegiatan e-business yang dilakukan Palawi.	28.36	3.909	.784	.878

Dalam kegiatan operasional Palawi menggunakan sistem elektronik (seperti :electronic ticket).	28.35	3.886	.841	.873
Kegiatan operasional tergantung pada sistem yang digunakan.	28.34	4.025	.774	.880
Sistem yang digunakan memiliki sedikit resiko.	28.38	4.157	.598	.896
Seluruh cabang Palawi menggunakan sistem e-business.	28.37	4.276	.542	.900
Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik.	28.40	4.646	.346	.914

## 2. Faktor Manajemen (*Management Factor*)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Karyawan dapat mengoperasikan sistem dengan baik.	24.12	4.854	-.112	.929
Manajemen menggunakan sistem e-business dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.	24.09	3.578	.703	.849
Penggunaan sistem e-business mempengaruhi biaya operasional perusahaan.	24.17	3.072	.820	.830
Sistem e-business meningkatkan kinerja dari karyawan.	24.24	2.932	.835	.829
Sistem e-business sangat berpengaruh pada kinerja bagian IT.	24.04	3.695	.813	.841
Palawi memiliki resiko terhadap penggunaan sistem e-business.	24.09	3.355	.814	.833
Seluruh Manajemen Palawi menerapkan hal yang sama pada semua cabang Palawi.	24.03	3.726	.845	.841

**3. Faktor Lingkungan (*Environment Factor*)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kompetitor Palawi menggunakan sistem e-business.	16.38	1.571	.855	.821
Palawi memiliki keunggulan dalam melayani pelanggan dibandingkan dengan kompetitor.	16.38	1.693	.778	.841
Lingkungan sekitar tempat Palawi membutuhkan sistem e-business.	16.39	1.553	.831	.825
Sistem tersebut membantu mempermudah pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.	16.30	1.586	.589	.894
Sistem e-business memiliki dampak positif bagi seluruh pengguna jasa Palawi.	16.39	1.816	.575	.883

**4. Proses Adopsi E-Business (E-Business Adoption Process)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Proses e-business yang digunakan sesuai dengan kebutuhan operasional Palawi.	15.72	1.598	.766	.800
Proses e-business berjalan dengan baik dalam operasional Palawi.	15.78	1.466	.743	.798
Proses e-business mempermudah karyawan dalam melakukan tugasnya.	15.78	1.466	.743	.798
Proses e-business dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.	15.72	1.598	.766	.800
Proses e-business memberikan manfaat kepada Palawi.	15.68	1.654	.404	.901



## OUTPUT ANALISIS *STEPWISE REGRESSION*

### Correlations

		Proses Adopsi E Business	Faktor Organisasi	Faktor Manajemen	Faktor Lingkungan
Pearson Correlation	Proses Adopsi E Business	1.000	.000	1.000	.017
	Faktor Organisasi	.000	1.000	.000	-.039
	Faktor Manajemen	1.000	.000	1.000	.017
	Faktor Lingkungan	.017	-.039	.017	1.000
Sig. (1-tailed)	Proses Adopsi E Business	.	.500	.000	.432
	Faktor Organisasi	.500	.	.500	.351
	Faktor Manajemen	.000	.500	.	.432
	Faktor Lingkungan	.432	.351	.432	.
N	Proses Adopsi E Business	100	100	100	100
	Faktor Organisasi	100	100	100	100
	Faktor Manajemen	100	100	100	100
	Faktor Lingkungan	100	100	100	100

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor Manajemen		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: Proses Adopsi E Business

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Proses Adopsi E Business	.0000000	1.0000000	100
Faktor Organisasi	.0000000	1.0000000	100
Faktor Manajemen	.0000000	1.0000000	100
Faktor Lingkungan	.0000000	1.0000000	100

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 <sup>a</sup>	1.000	1.000	.00000000

a. Predictors: (Constant), Faktor Manajemen

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.000	1	99.000		.000 <sup>a</sup>
	Residual	.000	98	.000		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), Faktor Manajemen

b. Dependent Variable: Proses Adopsi E Business

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.000	.000		.	.		
	Faktor Manajemen	1.000	.000	1.000	.	.	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Proses Adopsi E Business

**Excluded Variables<sup>b</sup>**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics		
						Tolerance	VIF	Minimum Tolerance
1	Faktor Organisasi	.000 <sup>a</sup>	.	.	.	1.000	1.000	1.000
	Faktor Lingkungan	.000 <sup>a</sup>	.	.	.	1.000	1.000	1.000

a. Predictors in the Model: (Constant), Faktor Manajemen

b. Dependent Variable: Proses Adopsi E Business

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Faktor Manajemen
1	1	1.000	1.000	1.00	.00
	2	1.000	1.000	.00	1.00

a. Dependent Variable: Proses Adopsi E Business

