

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan industri di berbagai bidang yang semakin berkembang pesat di Indonesia, diantaranya penjualan busana muslimah. Persaingan yang kompetitif, menuntut UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk memanfaatkan Teknologi Informasi yang tepat, agar dapat bersaing dalam memasarkan produknya.

Pada era digital seperti saat ini, internet seharusnya menjadi hal yang biasa untuk semua orang dan bahkan sudah seharusnya menjadi suatu kebutuhan. Pertimbangan rasional fakta transaksi pasar *online*, maka beralasan jika salah satu kemudahan yang harus ada adalah akses internet. Bukan rahasia umum lagi, di negara Indonesia, hampir di seluruh wilayah sudah mengenal serta sudah menggunakan internet.

Melihat peluang yang besar, yakni rakyat Indonesia yang sudah banyak menggunakan internet dalam berbagai aktivitasnya, perusahaan di bidang teknologi mengembangkan berbagai Teknologi Informasi untuk aktivitas jual dan beli secara elektronik memakai media internet atau diartikan juga dengan istilah *E-Commerce*. Hasil penelusuran *e-commerce* 2019 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan penelitian dengan sampel sejumlah 3.504 Blok Sensus yang disebar ke 101 kabupaten atau kota di semua provinsi di Indonesia pada 2019, memperlihatkan bahwasannya semua usaha yang telah terdata, hanyalah 15,08% yang membentuk usaha *e-commerce*.

Mouza Indonesia merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion muslim Indonesia* (pakaian & aksesoris) yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Mouza Indonesia tidak memiliki toko layaknya pengusaha yg bergerak dibidang *fashion*, dikarenakan sistem penjualannya 100% berbasis online dan mengandalkan jasa keagenan/*reseller* sebagai ujung tombak pemasaran produknya. Perusahaan tersebut, saat ini telah menggandeng banyak sedikitnya sekitar 17.000 *reseller* yang paling banyak terdiri dari kelompok ibu-ibu rumahan yang berada di seluruh Indonesia dan beberapa negara Asia lainnya.

Mouza Indonesia memberikan kiat sukses untuk menjual produknya harus mengikuti perkembangan digital. Oleh karena itu, Mouza Indonesia mempunyai satu divisi yang diberi nama *Academy Langit*, itu adalah divisi yang khusus melakukan berbagai kegiatan seperti pelatihan, kelas belajar, dengan mengundang para ahli di bidangnya untuk selalu mengarahkan para *reseller*-nya atau umum untuk berjualan dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Sejauh ini, Mouza Indonesia belum pernah melakukan penelitian e-readiness (kesiapan) terhadap para *reseller*-nya terkait kesiapan mereka mengadopsi teknologi yang telah mereka dapatkan dalam pelatihan ataupun kelas yang disediakan oleh Mouza Indonesia. Dengan kata lain, Mouza Indonesia belum mempunyai data yang akurat terkait sejauh mana tingkat kesiapan para *reseller*-nya untuk mengadopsi teknologi informasi sebagai alat pemasaran produknya.

Didasari kasus yang sudah disampaikan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian di salahsatu kalangan UMKM Kota Bandung yang berjudul “PENGUKURAN TINGKAT *E-READINESS* ADOPSI *E-COMMERCE* PADA *RESELLER* MOUZA INDONESIA MENGGUNAKAN METODE

TECHNOLOGY READINESS INDEX.” Penelitian ini memanfaatkan metode Indeks Kesiapan Teknologi yang dipakai untuk mengukur tingkat kesiapan individu dengan menggunakan 4 variabel kepribadian, yaitu optimisme, keinovatifan, ketidaknyamanan, dan ketidakamanan. Dua dari variabel tersebut didasarkan pada keyakinan positif, sementara dua variabel lainnya didasarkan pada keyakinan negatif.

1.2 Identifikasi Masalah

Didasari informasi tersebut, diketahuilah permasalahan-permasalahan pada poin-poin dibawah ini:

1. Belum pernah dilakukan pengukuran *e-readiness* adopsi *e-commerce* pada *Reseller* Mouza Indonesia.
2. Faktor-faktor *e-readiness* yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* belum diketahui.

1.3 Rumusan Masalah

Didasari penjelasan di atas, isu yang akan diselesaikan disebutkan dalam poin-poin dibawah ini:

1. Bagaimana *e-readiness* adopsi *e-commerce* pada *Reseller* Mouza Indonesia?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *e-readiness* adopsi *e-commerce* pada *Reseller* Mouza Indonesia memakai metode *Technology Readiness Index* (TRI)?

1.4 Batasan Masalah

Riset atau penelitian yang dilakukan oleh penulis tentunya sangat umum dan luas sehingga penulis membuat pembatasan permasalahan agar penelitian lebih

terarah dan spesifik. Pembatasan permasalahan dalam penerapan sistem informasi ini dibatasi dengan :

1. Penelitian hanya dilakukan di PT. Mouza Sinergi Indonesia Jln. Kav. Pindad No.8 Cisaranten Kulon, Arcamanik, Kota Bandung terhadap *Reseller* Mouza Indonesia.
2. Fokus membahas *e-readiness* adopsi *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia bagi para *Reseller* Mouza Indonesia.
3. Penelitian ini memanfaatkan 4 faktor yang berasal dari model *Technology Readiness Index (TRI) 2.0* yang diperkenalkan oleh (A. Parasuraman & Colby, 2015a).
4. Metode pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan survei berupa kuesioner yang akan diberikan kepada para *Reseller* kemitraan Mouza Indonesia di Kota Bandung..
5. Kuesioner yang dipergunakan dalam format pertanyaan terstruktur dengan menggunakan skala *Likert*.
6. Kuesioner disebarluaskan melalui media daring dengan mengandalkan grup *whatsapp reseller* dengan menggunakan media *google forms* dalam pengisiannya.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *E-readiness Reseller* Mouza Indonesia terhadap adopsi *e-commerce*.

Untuk tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

1. Diketuainya tingkat *e-readiness* adopsi *e-commerce* pada *Reseller* Mouza Indonesia.

2. Menguji pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *e-readiness* adopsi *e-commerce* pada UMKM *Reseller* Mouza Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi 3 penerima manfaat yaitu untuk peneliti, untuk fakultas, dan untuk Mouza Indonesia.

1. Untuk Peneliti

Diharapkan memberikan manfaat seperti yang dicantumkan pada poin-poin dibawah ini, yaitu:

- a. Bisa menambah wawasan yang lebih luas mengenai alur atau proses pengukuran tingkat kesiapan.
- b. Supaya pola pikir analitis dalam menyelesaikan suatu kasus yang ada selaras dengan bidang keahliannya.
- c. Bagian dari persyaratan dinyatakan lulus dari program sarjana (S1) Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

2. Bagi Fakultas

Berikut ini adalah manfaat yang diharapkan dari penelitian ini bagi fakultas:

- a. Memberikan gambaran mengenai kesiapan mahasiswa untuk menghadapi dunia pekerjaan.
- b. Menyumbang tambahan rujukan riset pada program pendidikan Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
- c. Diketuinya kecakapan mahasiswa pada proses implementasi pengetahuan yang diajarkan pada saat proses perkuliahan.

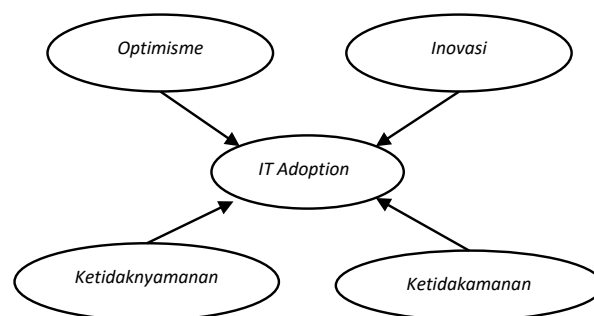
3. Bagi Mouza Indonesia

Diharapkan manfaat dari penelitian ini bagi Mouza Indonesia khususnya *Reseller* Mouza Indonesia seperti poin-poin dibawah ini:

- a. Memberikan bantuan dalam melakukan evaluasi pada kesiapan adopsi teknologi.
- b. Dapat memberikan bantuan dalam menemukan sumber-sumber yang mempengaruhi tingkat kesiapan *Reseller* dalam adopsi teknologi informasi.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam hal metodologi, penelitian yang dilakukan dengan menerapkan metode kuantitatif dengan pengambilan jumlah sampelnya menerapkan teknik *sovlin* dan *purposive sampling*, juga dilakukan teknik pengumpulan data yang ditanyakan kepada para *Reseller* Mouza Indonesia, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden untuk kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini memakai pendekatan *PLS- SEM* dengan alat *SmartPLS* versi 4. [1]



Gambar 1.1 Model Penelitian Yang Digunakan

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk menyusun laporan ini struktur penulisannya berjumlah sebanyak 5 (lima) bab, berikut ini masing-masing penjelasan dari ke-lima bab tersebut:

BAB1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 menjelaskan seperti apa asal usul dari persoalan yang digunakan untuk objek penelitian, identifikasi permasalahan, perumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan dan manfaat dari penelitian, metodologi penelitian dan lain-lain.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab 2 penulis memaparkan teori-teori apa saja yang dipakai yang terkait dengan teori yang berkaitan dengan penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 penulis membahas mengenai metodologi yang dipergunakan dalam penyusunan laporan ini.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Yang dibahas pada bab 4 adalah mengenai hasil Pengukuran Tingkat *E-Readiness* Adopsi *E-Commerce* pada *Reseller* Mouza Indonesia.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini merupakan akhir yang isinya merupakan kesimpulan dan saran dari peneliti.