

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem informasi semakin banyak digunakan oleh perusahaan, kebutuhan akan manfaat informasi yang akurat dan cepat menuntut perusahaan untuk mulai menggunakan sistem informasi. Dewasa ini perkembangan dunia komputer mengalami perkembangan yang sangat pesat sekali. Berawal dari komputer yang digunakan untuk pribadi sampai saat ini berkembang menjadi jaringan yang lebih luas cakupannya, tidak saja untuk jaringan lokal tapi sudah menjadi jaringan komputer global dunia yang di kenal dengan internet. Internet secara tidak langsung telah mengubah peranan dari komputer, yang tadi hanya digunakan untuk menghitung dan mengolah data, kini menjadi pusat informasi dan hiburan, pusat kegiatan ekonomi, teknologi, bisnis dan lain-lainnya. Sehingga peranan *web* sebagai media untuk menyebarkan informasi di internet sangat diperlukan sekali.

Oleh karena itu, sebagian besar organisasi-organisasi seperti institusi pemerintahan, perusahaan milik pemerintah, maupun perusahaan swasta yang ada di Indonesia memanfaatkan layanan *web*. Layanan *web* itu sendiri semakin mengalami banyak kemajuan baik dari segi pengembangan isi maupun teknologinya, diantaranya adalah *portal web*. *Portal Web* adalah *web* yang memiliki kelebihan-kelebihan pada design, isi dan administrasinya, sehingga dalam mengelola suatu *web* yang dinamis tidak terlalu sulit lagi. Sebuah *portal web* merupakan halaman *web*, yang menyajikan informasi dari berbagai sumber dengan cara terpadu.

**PT Capella Dinamik Nusantara** adalah Main Dealer Khusus untuk menangani pemasaran sepeda motor Honda yang tersebar di beberapa kecamatan & kabupaten Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam, Riau dan Kepulauan Riau. Selain menyalurkan Sepeda Motor Honda melalui jaringan dealer, PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA juga menjual sepeda motor Honda langsung ke konsumen, Customer Group, Instansi melalui kantor cabang / kantor pemasaran. PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA menitikberatkan kepada Kepuasan Pelanggan dengan design Showroom Standar Modern, kebersihan yang terjaga dan pelayanan yang ramah kepada setiap counter penjualan. Untuk mengakomodasi kebutuhan

konsumen sepeda motor Honda secara kredit, Kantor Cabang / Kantor Pemasaran, juga jaringan dealer PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA melayani penjualan kredit dengan suku bunga yang kompetitif, biaya administrasi yang rendah dan pelayanan survey yang cepat melalui kredit dana sendiri dan lembaga keuangan. Dengan memiliki keunggulan komparatif yang tidak tertandingi oleh produk sepeda motor lainnya, Honda tetap menjadi produk sepeda motor yang paling banyak diminati oleh konsumen Indonesia. PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA sampai saat ini mempunyai 130 kantor penjualan yang jika dirincikan terdiri dari :

1. Daerah Nanggroe Aceh Darussalam : 49 Kantor Penjualan ( 11 Sales Office & 38 Dealer)
2. Daerah Riau : 63 Kantor Penjualan (20 Sales Office & 43 Dealer)
3. Daerah Kepulauan Riau / Batam : 21 Kantor Penjualan (4 Sales Office & 17 Dealer)

Disini peneliti akan membahas mengenai Sistem Informasi Marketing (Portal Web) pada PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA yang dimana disebut dengan *Portal Wlist*. Wlist dikembangkan dan diimplementasikan pada tahun 2011, yang dimana portal ini digunakan untuk kebutuhan Marketing Dept diantaranya adalah :

1. Memonitoring pelaporan terkait penjualan/pengontrolan stock unit SMH(Sepeda Motor Honda) di Cabang (Sales Office) & Dealer, sehingga laporan penjualan unit per hari langsung terupdate dan dapat dilihat yang dimana dulunya harus menunggu kwitansi faktur penjualan dikirimkan ke HO (Head Office) terlebih dahulu.
2. Meninjau kinerja Salesman mana yang melakukan penjualan terbanyak pada hari tersebut. Pada portal ini juga kita bisa mendaftarkan seorang Salesman yang dimana Salesman tersebut harus mendapatkan sebuah nomor Honda ID terlebih dahulu dari AHM (Astra Honda Motor) dengan status approved, agar baru bisa melakukan penjualan. Pada Portal inilah kita bisa melakukan pertukaran informasi dengan pihak AHM.
3. Mengontrol porsi leasing dari Cabang / Dealer dan melihat Dashboard penjualan pertahun dari tahun ke tahun . Sehingga dengan fitur yang disediakan ini, Manajer dapat meninjau tingkat perubahan yang terjadi

apakah signifikan atau tidak yang pada ujungnya mempermudah dalam pengambilan keputusan.

Di dalam suatu bisnis yang dinamis, perubahan merupakan suatu hal yang susah untuk dihindari. Terutama bila berkaitan dengan penggunaan Teknologi / Sistem Informasi, perkembangan teknologi yang semakin hari semakin cepat tentunya akan banyak membantu pelaku bisnis menjadi lebih efisien. Oleh sebab itu setiap organisasi sekarang menganggap bahwa sistem informasi sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sistem Informasi (SI) dapat di definisikan sebagai serangkaian prosedur formal di mana data dikumpulkan, diproses menjadi informasi, dan didistribusikan kepada para pemakai (Hall, 2001).[1] Seiring dengan kemajuan dalam bidang teknologi komputer dan informasi dewasa ini, sistem informasi pemasaran telah berkembang menjadi sistem informasi marketing yang berbasis komputer.

Namun ketika teknologi / sistem informasi telah digunakan, banyak permasalahan yang akan bermunculan dan keraguan apakah memang sistem informasi yang telah dibuat telah memenuhi kebutuhan dan harapan dari manajemen dimana perusahaan telah mengeluarkan biaya yang besar untuk pengembangannya. Sistem informasi harus dapat diterima dan digunakan oleh seluruh karyawan dalam organisasi sehingga investasi yang besar untuk pengadaan sistem informasi akan diimbangi pula dengan produktivitas yang tinggi. Atau dalam artiannya, ada manfaat yang didapatkan setelah sistem tersebut diimplementasikan.

Seddon(1977) menyatakan bahwa penggunaan suatu sistem informasi merupakan perilaku yang muncul karena adanya keuntungan atas pemakaian suatu sistem informasi. Perilaku yang ditimbulkan dari pemakaian sistem informasi ini dalam proses selanjutnya diharapkan akan memberikan dampak terhadap kinerja individu. [1]

Kepuasan pengguna akhir sistem informasi dapat dijadikan sebagai salah satu indikator keberhasilan suatu sistem informasi(Doll dan Torkzadeh, 1988). Doll dan Torkzadeh(1988) menggunakan survey terhadap 618 responden untuk meneliti mengenai *user satisfaction/end user computing* yang dimana pada penelitiannya menghasilkan 12 item instrumen pengukuran *user satisfaction* atas kualitas sistem dan informasi. Dua belas item yang dihasilkan tersebut, terbagi lagi dalam lima

komponen, yaitu *content(isi)*, *accuracy(akurasi)*, *format(bentuk)*, *ease of use(kemudahan)*, dan *timeliness(ketepatan waktu)*. [1]

Mengacu dari berbagai penelitian terdahulu, peneliti berfokus pada bagaimana sistem informasi marketing berbasis web portal pada PT Capella Dinamik Nusantara apakah mampu diterima dengan baik oleh para penggunanya. Beberapa penelitian tentang kesuksesan sistem telah dilakukan, diantaranya menggunakan model kesuksesan yang dikenalkan oleh Delone dan McLean(1992). Pengguna sistem dijadikan sebagai objek penelitian karena memiliki hubungan yang cukup erat dengan pelaksanaan sistem yang ada. Terlebih lagi, pengguna dalam kesehariannya menggunakan sistem ini / sistem *mandatory* maka peneliti menguji model kesuksesan sistem informasi yang telah dimodifikasi atau dikembangkan oleh Seddon dan Kiew (1996) dari penelitian Delone dan McLean(1992), dengan menghilangkan salah satu variable dependen yaitu variabel “Usefulness/Kegunaan”.

Jika dibandingkan antara penelitian Seddon dan Kiew (1996) dengan beberapa peneliti terdahulu lainnya di Indonesia, banyak terdapat keganjilan hasil pengujian hipotesis antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Ada yang menunjukkan hipotesis hanya bersifat berpengaruh dan tidak berpengaruh saja, yang dalam artian tidak ada kepastian pengaruh positif / negatif. Dan, karena ada yang menunjukkan hasil pengujian hipotesis yang berbeda antara peneliti yang satu dengan yang lainnya. Dimana semua variabel penelitian dari Seddon dan Kiew (1996) yang berisi variabel *importance of system*, *quality system*, *quality information*, *usefulness & user satisfaction* mempunyai klausa berelasi positif satu sama lain.

Peneliti memilih *Portal Wlist* sebagai objek karena digunakan secara luas untuk kolaborasi informasi penjualan & pemasaran oleh Main Dealer dan Dealer-Dealer di PT Capella Dinamik Nusantara. Penggunaan *Portal Wlist* dalam perusahaan cukup membantu dalam pengolahan / pertukaran informasi data penjualan maupun data leasing dan sebagainya, sehingga mampu menghasilkan laporan informasi penjualan yang cukup baik. Pertimbangan-pertimbangan inilah yang mendorong Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penerimaan atau tingkat kesuksesan *Portal Wlist* bagi karyawan yang menggunakannya dan peneliti juga ingin mengkonfirmasi variabel-variabel antara

penelitian antara Seddon dan Kiew (1996) dengan peneliti terdahulu lainnya yang belum konsisten.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas mengenai seberapa besar kesuksesan sistem informasi marketing berbasis web portal PT Capella Dinamik Nusantara. Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pentingnya sistem (*importance of system*) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*) dalam penggunaan *portal Wlist*?
2. Apakah kualitas sistem (*system quality*) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*) dalam penggunaan *Portal Wlist*?
3. Apakah kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*) dalam penggunaan *Portal Wlist*?
4. Apakah pentingnya sistem (*importance of system*), kualitas sistem (*system quality*) & kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*) dalam penggunaan *Portal Wlist*?

## 1.3 Batasan Masalah/Ruang Lingkup

1. Penelitian ini mengukur tingkat kepuasan pengguna sistem informasi marketing berbasis web portal yaitu *Portal Wlist* yang dijadikan sebagai objek penelitian.
2. Penelitian hanya membahas keterkaitan antara variabel bebas & variabel terikat. Beberapa variabel bebas seperti pentingnya sistem (*importance of system*), kualitas sistem (*system quality*) & kualitas informasi (*information quality*) akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen kepuasan pemakai (*user satisfaction*).

3. Penelitian ini hanya ditujukan kepada responden karyawan Head Office di departemen Marketing dan karyawan Sales Office / Dealer (kantor penjualan) wilayah Aceh PT. Capella Dinamik Nusantara.
4. Periode pengamatan penelitian beserta observasi penyebaran kuesioner dilakukan dalam kurun waktu bulan November 2015 hingga bulan Juli 2016 .

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

### 1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian secara parsial dan secara simultan variabel dari model penelitian Seddon dan Kiew (1996) di PT Capella Dinamik Nusantara.

1. Menguji pengaruh positif signifikan *Importance of System* (Pentingnya Sistem) terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan pengguna) pada penggunaan *portal Wlist*.
2. Menguji pengaruh positif signifikan *System Quality* (Kualitas Sistem) terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan pengguna) pada penggunaan *portal Wlist*.
3. Menguji pengaruh positif signifikan *Information Quality* (Kualitas Informasi) terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan pengguna) pada penggunaan *portal Wlist*.
4. Menguji pengaruh positif signifikan bersama *Importance of System* (Pentingnya Sistem), *System Quality* (Kualitas Sistem) & *Information Quality* (Kualitas Informasi) terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan pengguna) pada penggunaan *portal Wlist*.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam mengembangkan penelitian tentang model kesuksesan kepuasan pengguna suatu sistem informasi khususnya sistem informasi marketing berbasis web portal di

Indonesia. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang melakukan penelitian lanjutan dalam permasalahan sejenis di masa yang akan datang.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar guna memberikan masukan terhadap IT Dept di PT Capella Dinamik Nusantara dalam mewujudkan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi marketing di perusahaan dan membuat kebijakan yang mendukung upaya perbaikan pada hal-hal yang terkait.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL