

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Teori merupakan suatu himpunan konsep, definisi, dan proposisi yang berhubungan secara sistematis yang dibangun untuk menjelaskan dan meramalkan suatu fenomena (kenyataan). Teori harus menjelaskan fenomena dengan tegas tetapi disampaikan secara sederhana dan mempunyai daya ramal yang tajam. Apabila kenyataan yang terjadi tidak sesuai dengan teori yang ada, hal tersebut bukan berarti bertentangan dengan teori tetapi justru merupakan tantangan bagi peneliti lain agar dapat menyempurnakan teori dengan menambah asumsi atau prasyarat lain yang diperlukan.[3]

2.1.1 Portal Web

Menurut Riyanto (2009) *Portal web* adalah situs *web* yang menyediakan kemampuan tertentu yang dibuat sedemikian rupa mencoba menuruti selera para pengunjungnya. Kemampuan portal yang lebih spesifik adalah penyediaan kandungan informasi yang dapat diakses menggunakan beragam perangkat, misalnya komputer pribadi, komputer jinjing (*notebook*), PDA (*Personal Digital Assistant*), atau bahkan telepon genggam (*Handphone*). [10]

Portal Web mulai populer di akhir tahun 1990. Setelah perkembangan perambah *web* (*web browser*) pada pertengahan tahun 1990, banyak perusahaan mencoba membangun portal untuk mendapatkan perolehan pasar mereka melalui Internet. *Portal web* mendapat perhatian khusus karena bagi banyak pengguna, *portal web* merupakan halaman awal yang dibuka oleh perambah *web* mereka.

2.1.2 Pengertian Sistem Informasi Pemasaran

Sistem Informasi Pemasaran / Marketing Information System adalah pengaturan permanen (sistem atau setup) untuk penyediaan ketersediaan reguler yang relevan, handal, memadai, dan informasi yang tepat waktu untuk membuat keputusan pemasaran.[6]

Informasi sudah seperti darah kehidupan dari sebuah bisnis. Kualitas keputusan tergantung pada jenis informasi yang ada. Informasi yang bagus

menyiratkan kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, dan waktu yang tepat dari informasi. Sirkulasi informasi yang dibutuhkan adalah sama pentingnya dengan sirkulasi darah pada manusia.[6]

Informasi mempertahankan sebuah organisasi aktif berfungsi, hidup, dan terhubung dengan pihak dari pemasaran internal dan eksternal. Ini merupakan aset berharga bagi perusahaan karena merupakan dasar untuk mengelola aset berharga lainnya. Perusahaan gagal untuk mengelola informasi(yaitu, mengumpulkan, menganalisis, menafsirkan, menyimpan, dan persebaran informasi) pasti akan gagal mencapai tujuan yang ada.[6]

Pemasaran pada saat ini bersifat dinamis, dan para manajer harus menjalankan perubahan yang diperlukan untuk mengatasi laju perubahan lingkungan dari pemasaran itu sendiri. Informasi adalah input dasar untuk mengetahui apa yang terjadi dan apa yang akan terjadi nantinya. Marion Harper telah menegaskan : “Untuk mengelola bisnis dengan baik adalah untuk mengelola masa depan, dan untuk mengelola dengan baik di masa depan adalah untuk mengelola informasi”.[6]

Sebuah perusahaan membutuhkan informasi secara terus menerus untuk menyadari perkembangan pemasaran yang terjadi di pasar. Dalam rangka untuk belajar tentang perubahan kebutuhan pelanggan, inisiatif pesaing baru, mengubah praktek distribusi, tren terbaru dalam praktik promosi dan lain-lain, maka manajer membutuhkan pengaturan permanen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara teratur. Sistem atau pengaturan yang berhubungan dengan memberikan informasi secara teratur dikenal sebagai sistem informasi pemasaran (MIS).[6]

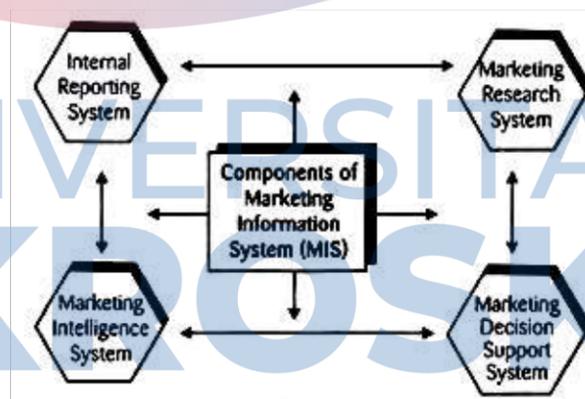
Definisi Marketing Information System telah didefinisikan sebagai berikut :

1. *Philip Kotler* : “Sebuah sistem informasi pemasaran adalah sistem yang senantiasa berinteraksi dengan orang, peralatan dan prosedur untuk mengumpulkan, memilah, menganalisa, mengevaluasi dan mendistribusikan yang dibutuhkan, tepat waktu, dan informasi yang akurat untuk digunakan oleh pengambil keputusan pemasaran untuk meningkatkan perencanaan pemasaran mereka, implementasi dan pengendalian”

2. *Kesimpulan istilah yang lebih komprehensif* : “Sistem informasi pemasaran memfokuskan pada pengaturan dan pemeliharaan sistem permanen (jaringan) untuk memanfaatkan informasi yang diperlukan secara berkala. Sistem ini terdiri dari orang-orang, peralatan, fasilitas, dan prosedur langsung untuk mengumpulkan, menganalisa, mengevaluasi, pembaruan, mendistribusikan, dan melestarikan informasi untuk membantu pengambilan keputusan pemasaran, seperti analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian aktivitas marketing.”[6]

Komponen Sistem Informasi Marketing (MIS) :

MIS terbuat dari bagian, sub-bagian atau sub-sistem yang disebut komponen. Biasanya, menurut Philip Kotler, sistem informasi pemasaran terdiri dari empat komponen yang saling terkait - Internal Reports (Records) System, Marketing Research System, Marketing Intelligence System, and Marketing Decision Support System, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1 dimana semua komponen saling terkait dan saling tergantung.



Gambar 2.1 Komponen-komponen Marketing Information System

1. Internal Records System :

Internal Records System (Sistem Pencatatan Internal) adalah sumber utama dan kemudahan suatu informasi diakses dimana dapat memasok data hasil. Ini terdiri dari semua catatan operasi pemasaran yang tersedia dalam organisasi. Sistem ini memfokuskan dengan mengumpulkan, menganalisis, menafsirkan, dan

mendistribusikan informasi yang dibutuhkan dari catatan (records) data berbagai departemen perusahaan.

Sumber utama meliputi berbagai records penjualan dan pembelian, sistem pemesanan, sistem pelaporan tenaga penjualan, tingkat persediaan, piutang-hutang, staf pemasaran, biaya, karya-karya penelitian terakhir, dan literatur lainnya / laporan yang tersedia dalam organisasi. Khususnya, untuk pesanan penjualan dan pelaporan tenaga penjualan, teknologi komputer yang berlebihan digunakan untuk transmisi akurat, efisien dan kecepatan informasi.[6]

Untuk mengelola internal record system, beberapa perusahaan biasanya menunjuk komite internal MIS untuk menangani semua aspek informasi internal, diantaranya :

- a. Menghadirkan permintaan untuk semua jenis informasi yang diperlukan oleh manajer
- b. Menentukan sumber informasi dan peralatan yang diperlukan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis informasi
- c. Berurusan dengan menghadirkan, mendistribusikan dan memperbarui informasi
- d. Menanganai keluhan dari para karyawan, dan
- e. Menjalankan semua jenis fungsi yang terkait dengan suatu informasi.[6]

Sistem records internal mempertahankan sirkulasi regular dari informasi di seluruh organisasi tanpa mengeluarkan banyak biaya dan upaya-upaya. Manajer bisa mendapatkan informasi up-to-date tentang operasi pemasaran. Setelah sistem di atur dengan benar, maka dapat melayani tujuan secara terus menerus.[6]

2. Marketing Intelligence System

Ketika sistem pelaporan internal berfokus dengan ketersediaan informasi dari catatan internal organisasi, sistem intelijensi pemasaran menyuplaikan para manajer dengan data peristiwa yang terjadi yang memberikan informasi tentang kejadian eksternal atau lingkungan eksternal.[6]

Sistem Intelijensi Pemasaran adalah serangkaian prosedur dan sumber yang digunakan oleh manajer untuk memperoleh informasi setiap hari secara teratur tentang perkembangan terkait di lingkungan pemasaran. Seorang manajer dapat

mencoba untuk mengkespos lingkungan eksternal dengan berbagai cara. Seorang manajer bisa menggunakan salah satu metode sebagai berikut :

- a. Membaca koran, buku dan publikasi lainnya.
- b. Menonton televisi, mendengarkan radio, dan browsing di internet
- c. Berbicara kepada pelanggan, dealers, suppliers dan pihak relevan lainnya
- d. Berbicara kepada para manajer lain dan karyawan-karyawan perusahaannya serta perusahaan lainnya.
- e. Mempertahankan kontak langsung dengan pejabat dan lembaga lainnya.
- f. Pembelian informasi yang berguna / bermanfaat dari sumber profesional
- g. Menetapkan tugas marketing intelijen kepada agensi / lembaga yang profesional

Sistem pemasaran intelijen yang efektif dapat memfasilitasi manajer untuk mengambil tindakan segera seperti bereaksi terhadap pesaing, memenuhi kebutuhan pelanggan, memecahkan masalah dealer dan sebagainya.[6]

3. Marketing Research System

Riset pemasaran merupakan cabang yang kuat dan independen dari Marketing Information System. Dalam kasus tertentu, manajer perlu informasi rinci tentang masalah spesifik daerah pemasaran tertentu. Oleh karena itu, itu berarti sebagai studi formal masalah-masalah tertentu, kesempatan atau situasi. Biasanya, hal itu dilakukan untuk memecahkan masalah tertentu.[6]

Dalam hal ini, itu bukan bagian dari kegiatan rutin akan tetapi mengumpulkan informasi berdasarkan kebutuhan. Saat ini, diperlakukan sebagai disiplin atau subjek yang terpisah. Philip Kotler mendefinisikan: "Marketing Research adalah desain sistematis untuk pengumpulan, analisis, dan pelaporan data dan temuan yang relevan dengan situasi pemasaran tertentu yang dihadapi perusahaan." [6]

Riset pemasaran terdiri dari pengumpulan data primer dan sekunder dari berbagai responden dengan menggunakan berbagai alat melalui berbagai metode untuk jangka waktu tertentu, menganalisis data menggunakan alat statistik yang tepat, dan menyajikan temuan dalam bentuk laporan. Hal ini dilakukan oleh staf ahli internal maupun profesional eksternal.[6]

4. Marketing Decision Support System (MDSS)

Sebelumnya, komponen ini dikenal sebagai Sistem Pemasaran Analytical dimana hanya menyediakan tiga komponen pasokan data, sistem pemasaran pendukung keputusan menyangkut lebih banyak dengan pengolahan atau menganalisis data yang tersedia. Komponen ini dapat meningkatkan efisiensi dan utilitas dari sistem informasi pemasaran yang menyeluruh.[6]

Sistem ini digunakan untuk membantu manajer membuat keputusan yang lebih baik. John D.C Little mendefinisikan : “Sebuah sistem pendukung keputusan pemasaran (MDSS) adalah kumpulan data terkoordinasi, sistem, alat, dan teknik dengan software pendukung dan perangkat keras oleh organisasi yang mengumpulkan dan menafsirkan informasi yang relevan dari lingkungan dan mengubahnya menjadi dasar untuk membuat keputusan.”[6]

Menurut definisi, MDSS termasuk alat, teknik atau model yang digunakan untuk pengumpulan data , analisis data , interpretasi hasil dan mendukung pengambilan keputusan manajerial. Dalam arti sebenarnya, itu bukan komponen terpisah, tetapi perpanjangan komponen lainnya. Alat statistik, model-model baru, dan perangkat lunak yang digunakan untuk membantu manajer pemasaran menganalisa, merencanakan, dan mengendalikan operasi mereka. MDSS terdiri dari dua sub-komponen yaitu statistical bank dan model bank.[6]

2.1.3 Kesuksesan Sistem Informasi

Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan sistem informasi. Menurut Bailey dan Perason (1983) dalam jurnalnya yang berjudul *Development of a Tool For Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction*, mengklasifikasikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna sistem menjadi 39 variable yang untuk menguji tingkat kesuksesan sistem. Dari ke 39 variabel tersebut, Pearson dan Bailey menentukan ada lima variable yang paling penting, yaitu *accuracy, reliability, timeliness, relevancy* dan *confidence in the systems* yang akan mempengaruhi kepuasan pengguna akhir. [4]

Penelitian lain yang terkenal adalah penelitian yang dilakukan oleh DeLone dan McLean (1992). Model kesuksesan sistem informasi yang dikembangkan DeLone dan McLean (1992) cepat mendapat tanggapan karena model mereka

merupakan model yang sederhana tetapi dianggap cukup valid oleh peneliti lain. Model DeLone dan McLean (1992) tercipta berdasarkan kajian teoritis dan empiris mengenai sistem informasi yang tercipta oleh para peneliti pada sekitar tahun 1970-an dan 1980-an. Menurut DeLone dan McLean (1992), kesuksesan sebuah sistem informasi dapat di representasikan oleh karakteristik kualitatif dari sistem informasi itu sendiri (*system quality*), kualitas output dari sistem informasi (*information quality*), konsumsi terhadap output (use), respon pengguna terhadap sistem informasi (*user satisfaction*), pengaruh sistem informasi terhadap kinerja pengguna (*individual impact*), dan pengaruhnya terhadap kinerja organisasi (*organizational impact*). [4]

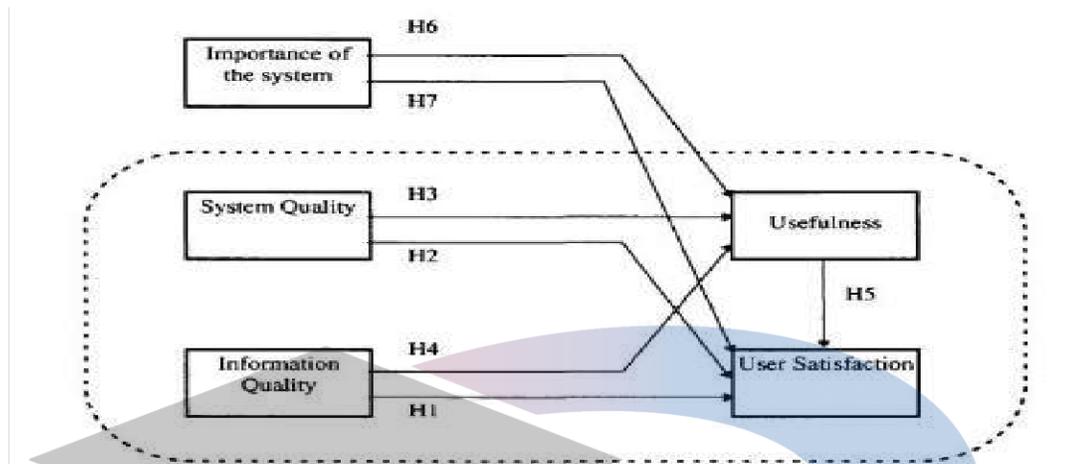
Pada tahun 2003, DeLone dan McLean telah memperbarui model D&M yang diperkenalkan pada tahun 1992. Model D&M (2003) yang diperbarui tersebut merupakan perluasan dari model D&M (1992). Perluasan yang telah dilakukan oleh DeLone dan McLean (2003) yaitu memasukkan variabel kualitas pelayanan, merubah variabel dampak individual dan organisasional menjadi manfaat-manfaat bersih, dan pengembangan yang terakhir yaitu melakukan perbaikan dan peningkatan pengukuran.

Telah banyak dilakukan penelitian empiris di berbagai bidang dan objek penelitian dari model yang dikembangkan oleh DeLoe dan McLean (1992). Dari beberapa penelitian tersebut, ada yang memperlihatkan hasil empiris yang tidak konsisten antara yang satu dengan lainnya. (Ballantine et al. dalam Budiyanto, 2009:4) melakukan pengujian lebih lanjut atas model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean. Akan tetapi, tidak di dapatkan bukti empiris yang kuat dari hubungan variable DeLone dan Mclean. Penelitian tersebut merupakan studi literature yang memberikan kritik atas model DeLone dan Mclean (1992) karena belum lengkap. Dari hasil empiris beberapa penelitian, model DeLone dan McLean (1992) lebih sesuai diterapkan untuk pemakaian sistem informasi yang *voluntary* (sukarela, contoh sistem informasi ticketing pesawat udara).[3]

Seddon dan Kiew (1996) menguji secara kritis empat dari enam dimensi yang ada pada model kesuksesan D&M yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan dan kepuasan pengguna. Seddon dan Kiew (1996) menguji secara parsial hubungan keempat variabel model kesuksesan D&M dengan mengubah hubungan kausal menjadi kausalitas satu arah yaitu kualitas sistem dan kualitas

informasi secara mandiri mempengaruhi pengguna dan kepuasan pengguna. Seddon dan kiew (1996) menambahkan variabel independen baru yaitu importance of the system. Pemikiran yang mendasari penambahan variabel importance of the system adalah keterlibatan user (user involvement). Keterlibatan user yang besar menunjukkan bahwa sistem itu penting dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan.[5]

Penelitian Seddon dan kiew (1996) juga mengubah variabel use menjadi usefulness. Pada model kesuksesan D&M variabel use sebelumnya diukur dengan frekuensi kegunaan, dalam penelitian Seddon dan kiew (1996) diubah menjadi usefulness yang diukur dengan persepsi tentang kegunaan sistem informasi.[9] Selain itu, kesuksesan sistem informasi bukan berarti harus menggunakan saja, tetapi harus memberikan manfaat bagi pengguna setelah menggunakan sistem tersebut. Seddon (1996) mengatakan bahwa sistem yang sukses adalah sistem yang memberikan manfaat dan manfaat ini diperoleh setelah sistem itu digunakan. Sebaliknya, sistem yang gagal adalah sistem yang tidak memberikan manfaat bagi pengguna, tetapi bukan berarti sistem tersebut tidak digunakan. Dengan demikian use sebagai pengukur kesuksesan dinilai kurang tepat. Pengembangan lainnya yang dilakukan Seddon dan kiew (1996) adalah mengubah anak panah variabel use dan user satisfaction yang saling mempengaruhi menjadi satu anak panah yaitu dari usefulness yang mengarah ke user satisfaction. Seddon dan Kiew (1996) berasumsi bahwa persepsi tentang kegunaan akan lebih mempengaruhi kepuasan pengguna sistem.[5];[9]



Gambar 2.2

Hubungan Antar Variabel dalam Model Kesuksesan Sistem Informasi Seddon dan Kiew (1996)

Penelitian Seddon dan Kiew (1996) dilakukan pada pengguna Departmental Accounting System (DAS) dengan menggunakan dua metode analisis, yakni ordinary least squares (OLS) linier regressions dan structural equation method (SEM). [9]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem, (2) kualitas sistem informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, (3) kualitas sistem informasi berpengaruh terhadap kegunaan sistem, (4) kualitas informasi berpengaruh terhadap kegunaan sistem, (5) kegunaan sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, (6) pentingnya sistem berpengaruh terhadap kegunaan sistem, dan (7) pentingnya sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.[5]

Seddon (1997) kembali melakukan penelitian mengenai model kesuksesan yang telah dibangun oleh DeLone dan McLean (1992). Dalam penelitiannya yang berjudul Respesification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success, Seddon (1997) menilai bahwa model kesuksesan DeLone dan McLean (1992) terdiri dari 2 model, yaitu model proses dan model kausal atau varian. Menurut Seddon (1997) masalah utama dari model kesuksesan D&M adalah mencoba mengkombinasikan proses dan penjelasan kausal dari model kesuksesan tersebut. Menurut Seddon (1997) model kesuksesan D&M kurang jelas karena adanya tumpang tindih antara model proses dan model varian. Penelitian tersebut

mengatakan bahwa kotak dan arah panah dalam model kesuksesan D&M dapat diinterpretasikan keduanya, yaitu suatu varian dan suatu kejadian dalam proses.[5]

Penelitian Seddon (1997) mencoba melakukan spesifikasi ulang dan mengembangkan sedikit versi dari model kesuksesan D&M menjadi dua submodel varian (use dan success) dan menghilangkan interpretasi model proses (jogiyanto, 2007:74). Model varian tersebut diuji secara empiris dengan mengumpulkan data dalam bentuk sampel mengukur variabel-variabel tersebut dengan menggunakan teknik regresi, SEM, dll.[5]

Penelitian Seddon (1997) menjelaskan kesulitan model kesuksesan D&M. Kesulitan utama terdapat pada kata use yang dapat mempunyai tiga arti berbeda. Arti pertama, IS use sebagai suatu variabel yang memproksi manfaat dan pengguna sistemnya. Arti yang kedua pemakaian use adalah model varian dari penggunaan mendatang. Arti yang ketiga IS use sebagai suatu kejadian disuatu proses yang mengarah ke dampak individu dan organisasi.[5]

Setelah melakukan spesifikasi ulang, Seddon (1997) menilai bahwa model kesuksesan D&M tidak valid karena menilai bahwa empat variabel yang diubah Seddon (1997) memiliki arti yang sama dan tidak ada hubungan kausal antar variabel tersebut.[5]

Adapun indikator yang dipakai di dalam replikasi Seddon & Kiew (1996) beserta definisinya terdapat pada tabel di bawah ini :

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Tabel 2.1
Definisi Indikator Penelitian

| Variabel Penelitian | Indikator | Penjelasan |
|--|------------------------------------|---|
| Pentingnya Sistem (<i>Importance of System</i>) | 1. <i>Important</i> | Even penting, keputusan, masalah, dll yang memiliki efek besar atau mempengaruhi kehidupan orang atau even di masa yang akan datang |
| | 2. <i>Relevant</i> | Berhubungan langsung dengan subjek atau masalah yang didiskusikan atau dipertimbangkan |
| | 3. <i>Fundamental</i> | Berhubungan dengan bagian paling dasar dan bagian penting dari sesuatu |
| | 4. <i>Essensial</i> | Sangat penting sekali dan dibutuhkan |
| | 5. <i>Needed</i> | Harus memiliki sesuatu , karena tidak bisa melakukan sesuatu tanpa hal tersebut |
| Kualitas Sistem (<i>System Quality</i>) | 1. <i>Ease of Use</i> | Kemudahan penggunaan |
| | 2. <i>Easy to Learn</i> | Kemudahan untuk dipelajari |
| | 3. <i>Easy to Become skillfull</i> | Kemudahan untuk dikuasai |
| | 4. <i>Controllable</i> | Bisa dikendalikan atau diatur |
| | 5. <i>Cumbersome</i> | Proses atau sistem yang susah atau rumit |
| | 6. <i>Mental Effort</i> | Usaha yang diperlukan yang berhubungan dengan jiwa pikiran seseorang |
| | 7. <i>Frustrating</i> | Membuat merasa kesal, kecewa, atau tidak sabar karena tidak dapat melakukan apa yang diinginkan |

(sambungan)

| | | |
|--|--------------------------------|--|
| Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) | 1. <i>Content</i> | Sesuatu yang memiliki nilai dari suatu isi |
| | 2. <i>Accuracy</i> | Kemampuan melakukan sesuatu dengan benar atau tanpa kesalahan |
| | 3. <i>Format</i> | Ketentuan susunan suatu hal |
| | 4. <i>Timeliness</i> | Rencana kapan sesuatu atau berapa lama sesuatu terjadi |
| Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>) | 1. <i>Adequacy</i> | Cukup atau memenuhi syarat |
| | 2. <i>Efficiency</i> | Kemampuan melakukan sesuatu secara baik dan efektif tanpa menghabiskan waktu,uang dan energy yang tidak diperlukan |
| | 3. <i>Effectiveness</i> | Berhasil sesuai dengan hasil yang sudah ditentukan atau diinginkan |
| | 4. <i>Overall Satisfaction</i> | Total kepuasan secara keseluruhan |

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

| NO | PENELITI | JUDUL PENELITIAN | VARIABEL PENELITIAN | HASIL PENELITIAN |
|----|-----------------|--|--|--|
| 1 | Darmawan (2010) | Pengaruh Pentingnya Sistem,Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kegunaan dan Kepuasan Pengguna Dalam Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah Kabupaten Sragen | Variabel bebas: 1. Kepentingan Sistem (System Importance) 2. Kualitas Sistem (System Quality) 3. Kualitas Informasi (Information Quality) Variabel dependen: | 1. Pentingnya sistem berpengaruh positif terhadap kegunaan sistem 2. Pentingnya sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna 3. Kualitas sistem informasi |

(sambungan)

| | | | | |
|---|----------------------|---|---|---|
| | | | 4. Kegunaan (Usefulness) 5. Kepuasan Pemakai (User Satisfaction) | berpengaruh terhadap kepuasan pengguna 4. Kualitas sistem informasi berpengaruh positif terhadap kegunaan sistem 5. Kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem 6. Kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kegunaan sistem 7. Kegunaan sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |
| 2 | Fatania Latifa(2011) | Pengaruh Pentingnya Sistem, Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Kasus di Universitas Sebelas Maret Surakarta sebagai Badan Layanan Umum) | Variabel bebas: 1. Kepentingan Sistem (System Importance) 2. Kualitas Sistem (System Quality) 3. Kualitas Informasi (Information Quality) Variabel dependen: 4. Kegunaan (Usefulness) 5. Kepuasan Pemakai (User | 1) Pentingnya sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem 2) Pentingnya sistem tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem 3. Kualitas sistem tidak mempunyai pengaruh positif |

(Sambungan)

| | | | | |
|---|------------------------------|---|---|--|
| | | | Satisfaction) | terhadap kepuasan pengguna 4. Kualitas sistem informasi tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem 5. Kualitas informasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna 6. Kualitas informasi tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem 7. Kegunaan sistem tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |
| 3 | Simon Nisja Putra Zai (2014) | Pengaruh Pentingnya Sistem, Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi (Studi kasus di RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten) | Variabel bebas: 1. Kepentingan Sistem (System Importance) 2. Kualitas Sistem (System Quality) 3. Kualitas Informasi (Information Quality) Variabel dependen: 4. Kegunaan (Usefulness) 5. Kepuasan Pemakai | 1. Pentingnya sistem berpengaruh positif terhadap kegunaan sistem 2. Pentingnya sistem berpengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna 3. Kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem 4. Kualitas sistem |

(Sambungan)

| | | | | |
|---|---------------------------------|---|--|---|
| | | | (User Satisfaction) | tidak berpengaruh terhadap kegunaan sistem 5. Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna 6. Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kegunaan sistem 7. Kegunaan sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |
| 4 | Sudarmadi (2010) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Sistem Informas (Studi Kasus Aparat Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen) | Variabel bebas: 1. Kepentingan Sistem (System Importance) 2. Kualitas Sistem (System Quality) 3. Kualitas Informasi (Information Quality) Variabel dependen: 4. Kepuasan Pengguna (User Satisfaction) | 1. Pentingnya sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna 2. Kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna 3. Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna |
| 5 | Seddon, P.Bdan Kiew, M.Y (1996) | A Partial Test and Development of DeLone and McLean's Model of IS Success | Variabel bebas: 1. Kepentingan Sistem (System Importance) 2. Kualitas Sistem (System Quality) 3. Kualitas Informasi | 1. Pentingnya sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem. 2. Pentingnya sistem mempunyai |

(Sambungan)

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | (Information Quality) | pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem. |
| | | | Variabel dependen: | |
| | | | 4. Kegunaan (Usefulness) | 3. Kualitas sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |
| | | | 5. Kepuasan Pemakai (User Satisfaction) | 4. Kualitas sistem informasi mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem |
| | | | | 5. Kualitas informasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |
| | | | | 6. Kualitas informasi mempunyai pengaruh positif terhadap kegunaan sistem |
| | | | | 7. Kegunaan sistem mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna |

2.3 Kerangka Teori /Model Konseptual

Kerangka teori adalah model konseptual yang berkaitan dengan bagaimana peneliti menyusun teori atau menghubungkan secara logis beberapa factor yang dianggap penting untuk masalah. Teori tersebut mengalir secara logis dari dokumentasi penelitian sebelumnya dalam bidang masalah. Dengan demikian, dari

kerangka teori baru bisa disusun hipotesis yang dapat diuji untuk mengetahui valid atau tidaknya teori yang dirumuskan (Sekaran, 2006 : 114).[11]

Penelitian yang dilakukan oleh Seddon dan Kiew (1996), tidak meneliti sampai pada pengukuran dampak individual dan dampak organisasional, namun demikian mereka mengembangkan model DeLone dan McLean (1992).

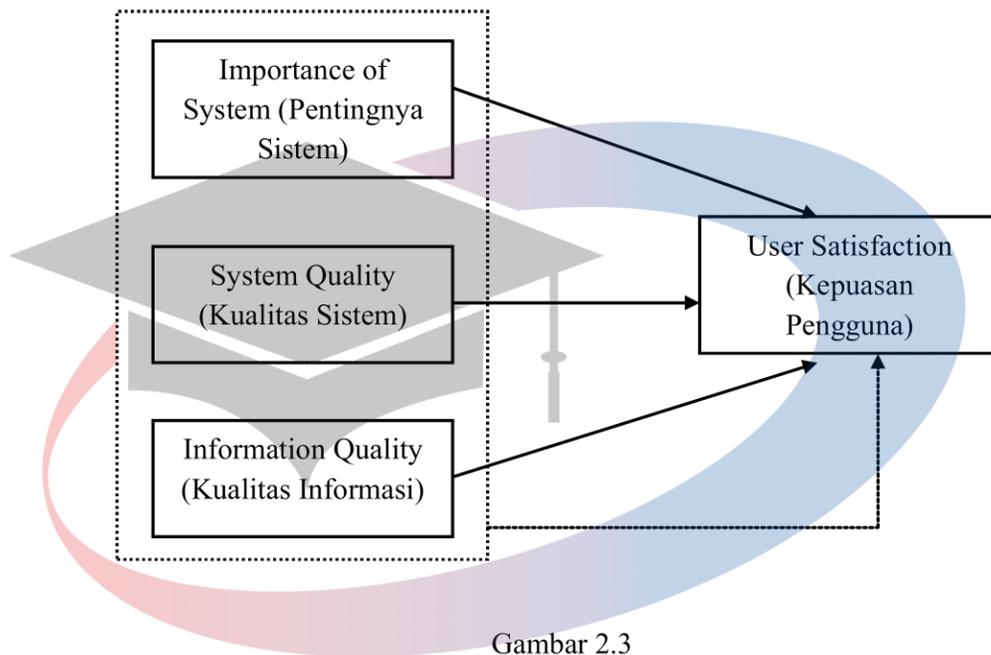
Pengembangan yang dilakukan adalah dengan mengganti elemen penggunaan (*use*) diganti dengan kegunaan (*usefulness*).[9] Seddon dan Kiew (1996) mengatakan bahwa penggunaan (*use*) merupakan proksi yang bagus untuk kegunaan (*usefulness*) dalam situasi-situasi di mana suatu perangkat digunakan, dan penggunaannya bukan kewajiban. Itu akan memberikan pengukuran obyektif sederhana terhadap kesuksesan. Akan tetapi, pada kasus di mana suatu sistem tidak digunakan selama periode penelitian, atau di mana penggunaannya merupakan suatu keharusan / mandatory (seperti *portal Wlist* yang diuji dalam penelitian ini), mereka berpendapat bahwa kegunaan (*usefulness*) tetap menjadi pengukuran kesuksesan yang berarti, meskipun tidak bagi penggunaan (*use*). Oleh karena itu Seddon dan Kiew (1996) memilih untuk mengukur kegunaan, bukan penggunaan dalam pengujian model DeLone dan McLean .

Pengembangan lainnya yang dilakukan oleh Seddon dan Kiew (1996) adalah dengan menambah variabel baru kepentingan sistem (*importance of system*). Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan menjelaskan variasi persepsi para pengguna tentang kegunaan dan kepuasan pengguna.[9] Demikian juga pada hubungan sebab akibat antara penggunaan dan kepuasan pengguna pada model DeLone dan McLean (1992) diganti dengan kausalitas satu arah. Mereka berpendapat bahwa kegunaan menyebabkan kepuasan pengguna bukan sebaliknya.[9]

Selain itu, Seddon dan Kiew (1996) juga membuang atau menghilangkan dua variabel dari model DeLone dan McLean yaitu variabel “*Organizational Impact*” dan “*Individual Impact*”. Jadi, model yang dimodifikasi oleh Seddon dan Kiew (1996) adalah memang ditujukan atau cocok diteliti untuk suatu sistem informasi yang memang *mandatory* (wajib) penggunaannya.

Dan disini peneliti, memodifikasi dengan menghilangkan salah satu variabel dependen yaitu variabel “*Usefulness/Kegunaan*” karena peneliti hanya mencari tingkat kepuasan pengguna karyawan yang menggunakan *portal Wlist*. Jadi, anak

panah variabel “*Usefulness/Kegunaan*” secara otomatis akan menghilang terhadap variabel “*User Satisfaction/Kepuasan Pengguna*”. Dari ketiga variabel bebas yang dikembangkan Seddon dan Kiew (1996), juga akan diuji F atau secara simultan bersama-sama terhadap variabel terikat “*User Satisfaction/Kepuasan Pengguna*”.



Gambar 2.3

Kerangka Teoritis / Pemikiran

Keterangan:



Uji parsial



Uji Simultan

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dilihat dari kategori rumusannya dibagi menjadi dua bagian yaitu *hipotesis nihil* (H_0) dan *hipotesis alternatif* atau biasanya disebut *hipotesis kerja* (H_a). *Hipotesis nihil* (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungannya atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, *hipotesis alternatif* (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. *Hipotesis alternatif* dikategorikan lagi menjadi dua yaitu, *Hipotesis terarah* adalah hipotesis yang diajukan oleh peneliti, dimana peneliti sudah merumuskan dengan tegas yang menyatakan bahwa variabel independen memang sudah diprediksi berpengaruh

terhadap variable dependen. Begitu juga makna sebaliknya, dari *hipotesis tak terarah*.

2.4.1 Pengaruh Pentingnya Sistem (Importance of System) Terhadap Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)

Model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kesuksesan sistem informasi dapat dilihat dari net benefit yang didapatkan organisasi. Net benefit tersebut dapat dilihat dari dampak bagi individu dan dampak bagi organisasi. Dampak individual dapat dilihat dari beberapa hal antara lain kecepatan pengidentifikasian masalah, kecepatan pengambilan keputusan dan kemampuan dalam menganalisis.[2]

Seddon dan Kiew (1996) menyatakan bahwa persepsi *importance of system* dari seorang pengguna menunjukkan bahwa adanya keuntungan dari penggunaan suatu sistem. Jika pengguna sistem menganggap sistem menjadi *value* (nilai) terpenting dalam melaksanakan pekerjaannya, maka dapat di indikasikan sistem tersebut *bermanfaat* dan pengguna telah merasa puas dan yakin dengan sistem yang ada dan akan terganggu jika sistem tidak bekerja baik. [2]

Persepsi tentang pentingnya sistem bagi pengguna menunjukkan bahwa pengguna tersebut puas terhadap kinerja sistem. Untuk itu, hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Pentingnya sistem (*importance of system*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*)

2.4.2 Pengaruh Kualitas Sistem (System Quality) Terhadap Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)

Poon dan Wagner (2000) menyatakan bahwa kesuksesan sistem informasi dalam sebuah organisasi diharapkan mampu mengatasi kegagalan-kegagalan yang pernah terjadi dalam organisasi tersebut. Hal ini karena sistem yang ada dalam organisasi akan berpengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh manajemen puncak. Tidaklah mudah untuk mendefinisikan kesuksesan sistem informasi. Namun kesuksesan sistem informasi akan sangat dipengaruhi oleh kualitas sistem yang dimiliki. Sistem yang baik dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain : kemudahan

akses, penggunaan, kepuasan para pemakai sistem, kemudahan pembaruan dan dampak positif bagi organisasi. DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kualitas sistem dapat berdampak kepada para individu pengguna sistem. Dampak tersebut dapat berupa peningkatan kualitas lingkungan kerja dan peningkatan kinerja. Kualitas sistem informasi dapat dilihat dari kemudahan penggunaannya, aspek fungsional, reliabilitas, fleksibilitas, kualitas data dan integrasi data. Kualitas sistem informasi yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna sistem. Kepuasan pengguna sistem menunjukkan bahwa pengguna dapat mengambil manfaat dari keberadaan sistem.[2]

Seddon dan Kiew (1996) menyatakan bahwa kualitas sistem berfokus pada tidak adanya gangguan dalam sistem, konsistensi dari bentuk sistem, kemudahan dalam penggunaan sistem, dokumentasi yang mudah dan terkadang berkaitan dengan pembuatan kode-kode yang mudah dimengerti oleh pengguna. Kemudahan dalam menggunakan hardware dan software yang ada dalam sistem diharapkan mampu meningkatkan kinerja sistem. Intinya adalah sistem yang berkualitas diharapkan mudah digunakan namun juga memiliki kemampuan yang optimal ketika digunakan yang berujung pada kepuasan pemakai.[2]

Dari penelitian di Indonesia, Darmawan (2010) yang menguji sistem informasi manajemen keuangan daerah kabupaten sragen, menyatakan bahwa kualitas sistem (*system quality*) berpengaruh positif / kuat terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Dari urain-urain diatas , maka di dapatkan hipotesis kedua sebagai berikut :

H2 : Kualitas sistem informasi (*system quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

2.4.3 Pengaruh Kualitas Informasi (*Information Quality*) Terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)

DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kesuksesan sebuah sistem informasi dipengaruhi oleh kualitas dari informasi. Kualitas informasi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap individu. Dampak positif yang diharapkan antara lain peningkatan kemampuan dalam pengambilan keputusan, keefektifan kerja dan peningkatan kualitas kerja. Kualitas sebuah informasi dapat

dilihat dari beberapa ukuran yaitu ketepatan waktu, akurasi, kelengkapan, relevansi antara informasi dengan pengambilan keputusan serta konsistensi. Poon and Wagner (2000) menyatakan bahwa selain kualitas dari sistem yang ada, kesuksesan sistem informasi juga ditentukan oleh beberapa faktor lain yang mendukung berjalannya sistem tersebut. Faktor tersebut antara lain dukungan dari pihak eksekutif dan dukungan kemampuan dari staf IT. [2]

Seddon dan Yip (1992) mengindikasikan dari hasil penelitian mereka bahwa kualitas informasi merupakan faktor penentu penting terhadap kepuasan pemakai. Penelitian di Indonesia oleh Radityo dan Zulaikha (2007) memberikan penegasan bahwa kualitas informasi menunjukkan output dari sistem informasi yang berhubungan dengan nilai, manfaat dan relevansi dari informasi yang dihasilkan bagi pengguna sistem. Apabila kualitas informasi baik diharapkan para pengguna sistem dapat memperoleh manfaat lebih dari sistem tersebut sehingga dapat berdampak pada kepuasan pada pemakaian sistem informasi.[2]

Begitu juga dengan penelitian dari Fatania Latifa (2011) yang menguji kesuksesan sistem informasi akuntansi terhadap kegunaan dan kepuasan pengguna, menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, maka hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

H3 : Kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*)