

Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Pembelian Rumput Taman

Mari Rahmawati

Abstract— To get new customers and maintain customers, the company spends a lot of money on promotional activities. In order for the communication strategy to be more effective, the company must be smart in determining market segmentation, choosing the target market, and determining the position in the horizontal era. The concept of a new strategy is to change the application of promotion to communication. For this reason, word of mouth (Word of Mounth-WoM) is becoming increasingly important. Moreover, supported by the advancement of internet technology, so that information acceleration is faster and covers a wider area. The research method used is quantitative research methods. With this study the author examines the extent of the influence of Information and Communication Technology on Garden Grass Purchases. The variables to be measured are translated into variable indicators. Then the indicator is used as a benchmark for preparing instrument items that can be statements or questions. This research uses survey method is a primary data collection method that uses oral and written questions. This method requires a contact or relationship between the researcher and the subject (respondent) to obtain the required data. The survey method is a method of collecting primary data based on communication between researchers and respondents. Research data is in the form of subject data stating the opinions, attitudes, experiences, or characteristics of individual or group research subjects. The data obtained is mostly descriptive data. However, data collection by survey methods can be designed to explain cause and effect or express ideas. Statistical data processing, in line with its many software specializations can be done with software specifically used for data processing. Such software only performs descriptive and inductive statistical data, which presents a variety of relevant charts to assist decision making in the field of statistics. Organizational competitive advantage supported by information systems must be adjusted to the maturity of the organization's business processes and plans in order to win the competition. Information systems function as facilities and infrastructure. Helping organizations to realize organizational goals. Organizations need to explore business needs and evaluate Information Technology (IT) resources to obtain opportunities that can be utilized and developed by actors involved in the organization.

Intisari—Untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan, perusahaan menghabiskan banyak uang untuk kegiatan promosi. Masalahnya adalah jika semua perusahaan juga melakukan kegiatan promosi, maka tidak ada gunanya mempromosikan lagi. Agar strategi komunikasi menjadi lebih efektif, perusahaan harus pintar dalam menentukan segmentasi pasar, memilih target pasar, dan menentukan posisi di era horizontal. Konsep strategi baru adalah mengubah aplikasi promosi menjadi komunikasi.

Program Studi: Komputersasi Akuntansi AMIK BSI Jakarta, Jl. R.S. Fatmawati No.24, Pondok Labu, Jakarta Selatan, (Telp. 021-7500282., Fax. 021-7513790; e-mail: mari.mrw@bsi.ac.id)

Untuk alasan ini, kata-kata dari mulut ke mulut (Word of Mounth-WoM) menjadi semakin penting. Apalagi didukung oleh kemajuan teknologi internet, sehingga percepatan informasi lebih cepat dan mencakup area yang lebih luas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Dengan penelitian ini penulis meneliti sejauh mana pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pembelian Rumput Taman. Variabel yang akan diukur diterjemahkan ke dalam indikator variabel. Kemudian indikator digunakan sebagai patokan untuk menyiapkan item instrumen yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan. Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Metode ini membutuhkan kontak atau hubungan antara peneliti dan subjek (responden) untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Metode survei adalah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi antara peneliti dan responden. Data penelitian adalah dalam bentuk data subjek yang menyatakan pendapat, sikap, pengalaman, atau karakteristik subjek penelitian individu atau kelompok. Data yang diperoleh sebagian besar merupakan data deskriptif. Namun, pengumpulan data dengan metode survei dapat dirancang untuk menjelaskan sebab dan akibat atau mengekspresikan ide. Pengolahan data statistik, sesuai dengan banyak spesialisasi perangkat lunaknya dapat dilakukan dengan perangkat lunak yang khusus digunakan untuk pemrosesan data. Perangkat lunak tersebut hanya melakukan data statistik deskriptif dan induktif, yang menyajikan berbagai bagan yang relevan untuk membantu pengambilan keputusan di bidang statistik. Keunggulan bersaing organisasi yang didukung oleh sistem informasi harus disesuaikan dengan kematangan proses dan rencana bisnis organisasi untuk memenangkan persaingan. Sistem informasi berfungsi sebagai sarana dan prasarana. Membantu organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Organisasi perlu mengeksplorasi kebutuhan bisnis dan mengevaluasi Teknologi Informasi (TI) sumber daya untuk mendapatkan peluang yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan oleh aktor yang terlibat dalam organisasi.

Kata Kunci— *Purchasing, Technology, Information, Communication*

I. PENDAHULUAN

Salah satu kemampuan penting yang harus dimiliki suatu negara adalah kemampuan dalam penguasaan teknologi. Penerapan, pengembangan, dan penguasaan teknologi tidaklah mungkin dicapai dengan baik, tanpa didukung dengan budaya kreatif dan inovatif dari masyarakat. Laju pertumbuhan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang terus meningkat dari waktu ke waktu, hanya memberikan peluang bagi masyarakat yang

dinamik untuk dapat mengejar dan mengikuti perkembangan IPTEK tersebut. Budaya kreatif dan inovatif merupakan ciri menonjol dan faktor yang menentukan dalam dinamika masyarakat untuk menerapkan, mengembangkan, dan menguasai teknologi. [1].

Teknologi Informasi (TI) telah menjadi bagian penting dalam organisasi, terutama bagi organisasi yang bisnisnya berorientasi profit. Saat ini, infrastruktur bisnis tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi. Infrastruktur teknologi informasi tersebut memungkinkan para pelaku bisnis untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi dengan pelanggan, pemasok, juga dengan para *stakeholder*. Infrastruktur tersebut, sering disebut sebagai “portfolio teknologi informasi”. Portfolio tersebut tidak hanya mendukung strategi bisnis yang sudah ada, tetapi juga dapat digunakan untuk menugaskan strategi yang baru. Perkembangan teknologi informasi dewasa ini sangat cepat dan signifikan. Perkembangan ini menyebabkan perubahan peran teknologi pada dunia bisnis dan organisasi. Peran ini mulai dari efisiensi, efektivitas, yaitu menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen yang efektif. Sekarang peran teknologi informasi tidak hanya untuk efisiensi dan efektivitas, tetapi sudah untuk strategik, yaitu digunakan untuk memenangkan persaingan. Karena perannya yang strategis teknologi informasi juga disebut sebagai senjata strategik (*strategic weapon*) yang digunakan sebagai alat ampuh untuk berkompetisi. Saat ini juga disebut sebagai *enabler*, yaitu membuat organisasi mampu mendapatkan keunggulan kompetitif. [2]

Untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan, perusahaan menghabiskan banyak uang untuk melakukan kegiatan promosi. Tujuannya agar pelanggan mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Permasalahannya adalah kalau semua perusahaan juga melakukan kegiatan promosi, lalu tidak ada gunanya lagi melakukan promosi. Agar strategi komunikasi lebih efektif maka perusahaan harus jeli dalam menentukan segmentasi pasar, memilih pasar sasaran, serta menentukan posisi dalam era horizontal. Konsep strategi baru inilah yang mengubah penerapan dari promosi menjadi komunikasi. Untuk itulah komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mounth-WoM*) kembali menjadi semakin penting. Apalagi di dukung oleh kemajuan teknologi internet, sehingga akselerasi informasi semakin cepat dan mencakup wilayah yang lebih luas. [3].

Menurut [4] Pengusaha Technopreneur juga bisa dikatakan sebagai pengusaha yang memanfaatkan teknologi sekarang. Dunia teknologi yang sedang menggeliat saat ini, dengan perkembangannya yang tentu saja berkembang di seluruh penjuru dunia, menjadi peluang yang sangat patut diperhitungkan dan patut dicoba. Oleh karena hal tersebutlah dan ditambah dengan globalisasi serta inovasi teknologi memang seharusnya memaksa perusahaan untuk mengubah haluannya lebih canggih, modern dan sesuai dengan tuntutan pasar saat ini yang mengedepankan efisiensi dan efektivitas yang bisa didapatkan.

II. KAJIAN LITERATUR

1. Komponen *E-Commerce*

Komponen dalam *E-Commerce* memiliki alur kegiatan secara umum [5], yang meliputi sebagai berikut:

- a. Penjual
Pihak penjual dapat berupa pemilik toko *online* bersangkutan atau sejumlah pelaku usaha (apabila *E-Commerce* dalam bentuk multi toko di dalamnya atau multi kepemilikan).
- b. Konsumen
Merupakan pihak yang memegang peran penting di dalam jalannya sebuah *E-Commerce*. Sebagaimana pasar dan transaksi langsung di dunia nyata, pada *E-Commerce* pun konsumen adalah raja.
- c. Teknologi
Teknologi mencakup semua Teknologi Informasi terkini yang digunakan di dalam jalannya *E-Commerce*. Dimulai dari teknologi web (misal: PHP dan MySQL), aplikasi mobile (misal: berbasis platform Android), keamanan transaksi (misal: dengan protokol SSL), dukungan *Cloud Computing*, ERP (*Enterprise Resource Planning*), CRM (*Customer Relationship Management*), POS (*Point Of Sale*), dukungan kurs mata uang dan bahasa seluruh negara dunia, *Geographic Information System* (GIS), *Near Field Communication* (NFC), dan sebagainya.
- d. Jaringan Komputer (Internet)
Hal terakhir yang tidak kalah pentingnya adalah ketersediaan jaringan komputer, khususnya internet. Sehingga mampu melayani seluruh pengguna di seluruh dunia. Bayangkan kemudahan yang diberikan oleh *E-Commerce*. Cukup dengan sebuah komputer dan koneksi internet, siapapun dapat menjadi penjual maupun pembeli serta melakukan transaksi jual beli dengan cepat, mudah, murah, dan lebih hemat. Jaringan komputer (khususnya internet) adalah komponen terpenting. Pada pembahasan selanjutnya di bab ini, akan dibahas juga mengenai *E-Commerce* pada perangkat mobile (*M-Commerce*).

2. Pembelian

Secara umum pembelian merupakan suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan produk atau bahan baku produk yang didapat dari pemasok atau *supplier*.

Menurut [6] dalam bukunya menyatakan bahwa, “Pembelian adalah (*purchasing*) akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dagang dalam suatu periode.”

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan usahanya dimulai dari pemilihan sumber sampai memperoleh barang. Bentuk pencatatan saldo normal pada saat pembelian seperti pada Tabel 1.

TABEL 1
BENTUK PENCATATAN SALDO NORMAL SAAT PEMBELIAN
SECARA TUNAI

Keterangan	Debit	Kredit
Pembelian	Rp. 9999	-
Kas	-	Rp. 9999

Sumber: [6]

3. Pengertian Sistem Akuntansi Pembelian

Secara umum sistem informasi akuntansi pembelian berarti suatu sistem pembelian atau suatu sistem transaksi untuk mendapatkan barang-barang baik secara kredit maupun secara tunai di dalam suatu organisasi atau perusahaan yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi, media, prosedur-prosedur dan pengendalian yang ditujukan untuk mendapatkan jalur komunikasi yang penting, memberi sinyal kepada *management* dan menyediakan suatu dasar informasi pembelian untuk pengambilan keputusan. Tujuan utamanya adalah memperoleh bahan dengan biaya serendah mungkin yang konsisten dengan kualitas jasa yang dipersyaratkan.

Menurut [7] dalam bukunya bahwa, "Sistem akuntansi pembelian digunakan dalam perusahaan untuk pengadaan barang yang diperlukan oleh perusahaan." Transaksi pembelian dapat digolongkan menjadi dua yaitu, pembelian lokal dan pembelian impor. Pembelian lokal adalah pembelian dari pemasok dalam negeri, sedangkan pembelian impor adalah pembelian dari pemasok luar negeri.

4. Rumput Taman

Dengan adanya kebutuhan pembelian rumput taman untuk mempermudah konsumen mendapatkannya maka penelitian ini menghadirkan *techno entrepreneurship* sebagai bentuk transformasi dari proses di dalam suatu organisasi untuk mewujudkan *Customer Value* (bisnis pelayanan berbasiskan kepada kepuasan konsumen), dengan memanfaatkan teknologi komputer, aplikasi komputer, filosofi komputer, paradigma komputer, yang menjadi bentuk dari ekonomi dunia baru. [5]. Adapun jenis rumput taman sebagai berikut:

a. Rumput Gajah Mini

Gajah mini menjadi jenis rumput yang paling banyak dipilih untuk taman. Selain harganya yang terjangkau, perawatannya juga relatif mudah, yang membedakannya dengan rumput gajah biasa adalah teksturnya lebih bagus dan lebih kecil. Rumput ini mudah tumbuh dengan penyinaran matahari 50%, hanya memerlukan sedikit pupuk dan dipangkas sebulan sekali. Rumput ini juga tahan terhadap pijakan kaki manusia, sehingga cocok di aplikasikan pada taman bermain anak-anak.



Sumber: [8]

Gbr 1. Rumput Gajah Mini

b. Rumput Gajah Mini Variegata

Berbeda dengan Gajah Mini, jenis Variegata memiliki campuran warna putih yang cukup banyak pada setiap helai daunnya. Kelebihannya hampir mirip dengan Gajah Mini karena daunnya yang tidak cepat panjang sehingga perawatannya cukup mudah dan tidak perlu dipotong setiap bulannya.



Sumber: [8]

Gbr.2 Rumput Gajah Mini Variegata

5. Pengolahan Data

a. Perumusan Hipotesis

Hipotesis terdiri dari dua kata lain "*hypo*" yang berarti sebelum dan "*thesis*" yang berarti dalil. Jadi hipotesis berarti dalil yang dianggap belum menjadi dalil yang sebenarnya, karena perlu pembuktian terhadap kebenarannya [9].

b. Fungsi Hipotesis

Bahwa manfaat perumusan hipotesis adalah: 1) menjadi pedoman (arah) suatu penelitian dan sekaligus untuk memecahkan suatu masalah; 2) membantu dalam menentukan data yang harus dikumpulkan sehingga hanya informasi yang relevan dengan tujuan penelitian sajalah yang harus dikumpulkan; 3) membantu untuk mengurangi kemungkinan timbulnya kesalahan pada pengumpulan informasi dan data yang relevan; 4) menjadi pedoman dalam menggali informasi sehingga tersusun instrumen penelitian yang memadai [9].

c. Variabel

Variabel adalah karakteristik partisipan atau situasi pada suatu penelitian yang memiliki nilai berbeda pada

studi tersebut. Suatu variabel harus memiliki variasi atau perbedaan nilai atau level/kategori [10].

d. Uji Validitas

Validitas adalah kriteria utama keilmiahannya suatu penelitian. Validitas menunjukkan apakah hasil penelitian dapat diterima oleh khalayak dengan kriteria-kriteria tertentu. Penelitian empiris berusaha mengoptimalkan pencapaian validitas [10].

e. Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep realibilitas sejalan dengan validitas konstruk atau kuantitatif. Konstruk valid sudah pasti reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid. Oleh karena itu, pada umumnya peneliti mengutamakan pencapaian validitas konstruk dibandingkan reliabilitas. Ketika validitas konstruk tidak tercapai maka peneliti kemudian berharap setidaknya dapat mencapai reliabilitas [10].

f. Statistik Di Era Teknologi Informasi

Pengolahan data statistik, sejalan dengan spesialisasinya banyak *software* bisa dilakukan dengan *software* yang khusus digunakan untuk pengolahan data. *Software* seperti itu hanya melakukan pengolahan data statistik deskriptif maupun induktif, yang menyajikan berbagai grafik yang relevan untuk membantu pengambilan keputusan di bidang statistik [11]

Contoh: STATISTICA, S-PLUS, SAS,, MINITAB, Eviews, SPSS, dsb [11].

g. Cara Kerja SPSS [11]

1. Computers

INPUT DATA → PROSES KOMPUTER → OUTPUT DATA (INFORMASI)

Komputer berfungsi mengolah data menjadi informasi yang berarti data yang akan diolah dimasukkan sebagai *input* dengan proses pengolahan data oleh komputer dan dihasilkan *output* yang berupa informasi untuk kegunaan lebih lanjut.

2. Statistik

INPUT DATA → PROSES STATISTIK → OUTPUT DATA (INFORMASI)

Statistik mempunyai fungsi yang sama dengan komputer yaitu mengolah data dengan perhitungan statistik tertentu menjadi informasi yang berarti.

3. SPSS

INPUT DATA (DATA EDITOR) → PROSES (DATA EDITOR) → OUTPUT DATA (VIEWER)

Proses pengolahan data pada SPSS fungsinya sama dengan komputer dan statistik, hanya saja disini ada variasi dalam penyajian *input* dan *output* data.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Dengan penelitian ini penulis mengkaji seberapa besar pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Pembelian Rumput Taman. Variabel yang akan diukur dijadikan sebagai indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Penelitian ini menggunakan metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subyek (responden) untuk memperoleh data yang diperlukan. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi antara peneliti dengan responden. Data penelitian berupa data subyek yang menyatakan opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik subyek penelitian secara individu atau kelompok. Data yang diperoleh sebagian besar merupakan data deskriptif. Meskipun demikian, pengumpulan data dengan metode survei dapat dirancang untuk menjelaskan sebab akibat atau mengungkapkan ide-ide. Peneliti umumnya menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data yang sama dari banyak subyek

Ada dua(2) teknik pengumpulan data dalam metode survei, yaitu:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan lisan kepada subyek penelitian. Teknik wawancara dilakukan jika peneliti memerlukan komunikasi atau hubungan dengan responden. Teknik wawancara dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu: melalui tatap muka dan telepon.

b. Kuesioner (*Questionnaires*)

Pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui suatu kuesioner. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Kuesioner dapat didistribusikan dengan dua cara, antara lain: kuesioner secara personal dan kuesioner lewat e-mail.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini menggunakan SPSS 17 dengan hasil sebagai berikut:

1. Uji Analisis Regresi Berganda

TABEL II
UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.391	1.019		1.365	.184
Teknologi_Informasi	.577	.086	.417	6.711	.000
Komunikasi	.929	.097	.593	9.545	.000

Dependent Variable: Pembelian

Hasil pengolahan data dengan SPSS 17 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

- Persamaan regresi berganda $Y = 1.391 + 0,417X_1 + 0,593X_2 + e$. Dari hasil uji regresi linear berganda tersebut dapat dikatakan bahwa teknologi informasi (41,7%) dan komunikasi (59,3%).
- Kosanta (a) adalah intersep Y jika $X=0$, hal ini menunjukkan bahwa jika variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian akan sebesar konstanta jika variabel independennya = 0, berdasarkan nilai konstanta $a = 1.391$; artinya jika teknologi informasi dan komunikasinya = 0, maka pembelannya sebesar 1.391
- $b_1 = 0,417$ artinya jika teknologi informasi meningkat 1 satuan, maka pembelian sebesar 41,7%
- $b_2 = 0,593$ artinya jika komunikasi meningkat 1 satuan, maka pembelian meningkat sebesar 59,3 %.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau Uji F digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data yang dengan menggunakan program SPSS 17 maka dapat dihasilkan output pada tabel sebagai berikut:

TABEL III
HASIL UJI SIMULTAN (UJI F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1182.487	2	591.244	984.618	.000 ^a
Residual	16.213	27	.600		
Total	1198.700	29			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Teknologi_Informasi

b. Dependent Variable: Pembelian

Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Membeli:

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan secara simultan antara Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan Pembelian.

H₁: Ada pengaruh secara signifikan secara simultan antara Teknologi Informasi dan komunikasi dengan Pembelian.

Diketahui bahwa $F_{hitung} = 984.618$ sehingga memenuhi kriteria bahwa jika $F_{hitung} (984,618) > F_{tabel} (3,32)$ dan nilai sig. $(0,000) < 0,05$. Maka konsekuensinya H_0 ditolak H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari Teknologi Informasi dan Komunikasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian.

3. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial ini dilakukan untuk mengetahui hubungan dari masing masing variabel independen terhadap variabel dependen.

TABEL IV
HASIL UJI PARSIAL (UJI t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.391	1.019		1.365	.184
X1	.577	.086	.417	6.711	.000
X2	.929	.097	.593	9.545	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel IV diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Pembelian

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara Teknologi Informasi dengan Pembelian.

H₁: Ada pengaruh secara signifikan antara Teknologi Informasi dengan Pembelian.

Berdasarkan Tabel IV , diperoleh (t) hitung untuk variabel Teknologi Informasi sebesar 6,711 dan sig sebesar 0,000. Sedangkan nilai (t) tabel adalah 1,701. Karena $t_{hitung} > t_{tabel} (6,711 > 1,701)$ dan nilai sig $< 0.05 (0.000 < 0.05)$ maka H_0 ditolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Teknologi Informasi dengan Pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Pembelian.

b. Pengaruh Komunikasi terhadap Pembelian

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara Komunikasi dengan Pembelian.

H₁: Ada pengaruh secara signifikan antara Komunikasi dengan Pembelian.

Berdasarkan data penelitian ini, diperoleh (t) hitung untuk variabel Komunikasi sebesar 9,545 dan sig sebesar 0,000. Sedangkan nilai (t) tabel adalah 1,701. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,545 > 1,701$) dan nilai sig < 0.05 ($0,000 < 0.05$) maka Ho ditolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Komunikasi dengan Pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Teknologi dan Komunikasi berpengaruh terhadap Pembelian Rumput Taman.

4. Koefisien Determinasi (R²)

TABEL V
HASIL KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.986	.985	.775

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Rumus koefisien determinasi adalah $Kd = r^2 \times 100\%$. Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui nilai r^2 adalah 0,985. Maka perhitungan koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kd &= 0,985 \times 100\% \\ &= 98,5\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi nilai yang diperoleh sebesar 98,5%. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Pembelian Rumput Taman adalah 98,5 %, sedangkan sisanya sebesar 1,5% di pengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pada era informasi ini kegiatan bisnis suatu organisasi tidak terlepas dari peran Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi (TI). SI dan TI merupakan sarana andalan guna memenangkan persaingan dalam industri, membantu organisasi dalam mewujudkan efisiensi proses *back office*, meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen, membantu mengambil keputusan, merencanakan ke depan, memperluas pasar, dan memasarkan produk. Peranan media elektronik sangat memegang peranan penting dan bahkan menentukan corak kehidupan.

Sedangkan aran dari penelitian ini adalah bahwa Keunggulan bersaing organisasi yang didukung oleh sistem informasi harus disesuaikan dengan kematangan proses dan rencana bisnis organisasi ke depan guna memenangkan persaingan. Sistem informasi berfungsi sebagai sarana dan prasarana. Membantu organisasi untuk merealisasikan tujuan organisasi. Organisasi perlu melakukan penggalan kebutuhan bisnis dan mengevaluasi sumber daya Teknologi Informasi (TI) hingga diperoleh peluang yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan oleh para pelaku yang terlibat dalam organisasi. Teknologi diciptakan untuk mempermudah proses sehingga meningkatkan kualitas kerja untuk menjadi lebih efektif dan efisien. Contohnya: teknologi selular, teknologi internet (*e-mail, forum, mailist, facebook, blog*).

REFERENSI

- [1] H. B. Uno and N. Lamatenggo, *Teknologi Komunikasi & Informasi Pembelajaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- [2] T. Sutabri, *Komputer dan Masyarakat*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- [3] M. Rahmawati, "Pengaruh Pengguna Cyberpreneurship Sebagai Media Pemasaran," *Sistem Informasi*, pp. 1-8, 2017.
- [4] S. Hartono, "Technopreneur," Rabu January 2017. [Online]. Available: <https://sis.binus.ac.id/2017/01/18/technopreneur/>.
- [5] I. P. A. E. Pratama, *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce Berbasis Open Source*, Bandung: Informatika, 2015.
- [6] S. Akuntansi Suatu Pengantar, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- [7] M. Sistem Akuntansi, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- [8] S. "Rumput Taman," Kamis April 2018. [Online]. Available: <https://www.suherlin.com/inilah-7-jenis-rumput-untuk-taman-di-rumah-kamu/>.
- [9] T. T. and H. Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- [10] J. H. Mustakini, *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: STIM YKPN, 2011.
- [11] S. Singgih, *Menguasai SPSS 21 di Era Informasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013.
- [12] H. M. Aditya Hadi Wijaya, "Sistem Pendukung Keputusan untuk Menentukan Lulusan Mahasiswa Terbaik dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Purwokerto," in *SENATEK*, Purwokerto, 2015.
- [13] S. H. A. H. R. W. Sri Kusumadewi, *Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fuzzy MADM)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- [14] K. E. d. J. E. Kendall, *Analisis dan Perancangan Sistem*, Edisi ke-5, Versi Bahasa Indonesia, Jakarta: Indeks, 2010.
- [15] D. Nofriansyah, *Konsep Data Mining Vs Sistem Pendukung Keputusan*, Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- [16] T. Mufizar, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Dosen Berprestasi Di STMIK Tasikmalaya Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW)," *CSRID Journal*, vol. 7, no. 3, pp. 155-166, 2015.

- [17] E. Empy and H. Zhuang, E-learning.Konsep dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- [18] E. M. Sangadji and S. , Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- [19] A. Nugroho, E-Commerce, Bandung: Informatika, 2006.
- [20] Teknologi Komunikasi & Informasi Pembelajaran, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.



Mari Rahmawati. Menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) di STMIK KUWERA-HARVEST, Program Studi: Sistem Informasi, lulus pada tahun 2007 dengan gelar S.Kom. Ia melanjutkan studi Pascasarjana Magister Ilmu Komputer STMIK Nusa Mandiri, Program Studi: Sistem Informasi, Konsentrasi: e-Business, lulus pada tahun 2011 dan memperoleh gelar M.Kom. Penulis bergabung di Akademi Bina Sarana Informatika sejak tahun

2006-sekarang sebagai dosen tetap dan sudah memiliki Jabatan Fungsional Akademik: Asisten Ahli dengan angka kredit 150,00 terhitung mulai tanggal 01 Mei 2013 dan Sertifikasi Pendidik pada Bidang Ilmu Komputer pada tahun 2018.