

Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi dan Komputer terhadap Kinerja Organisasi (Studi Kasus di UMKM Kota Malang)

Koko Nakulo Djatikusumo
Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Malang

ABSTRACT

This research examines the adoption of information technology innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs) and its impact on organizational performance in Malang, East Java. Despite extensive research undertaken in the area of adoption of innovation in business in general, little is known about its adoption of by employees. The purposes of this research to investigate the determinants and their effects on the performance of SMEs in one of the city in province in Indonesia.

This study develops and tests a model of information communication technology (ICT) adoption taking into account the strength and limitations of existing model. The UTAUT model combines multiple sets of factors existing in previous models and incorporates factors suggested in the extinct literature.

Survey method using a structure study instrument was employed to create a dataset to analyze and test the validity of the proposed theoretical model. Multivariate analytical techniques including multiple regression analysis using SPSS were employed for this purpose. The results show that individuals' adoption of innovation is influenced by: two organizational factors - training and incentives; two individual factors - personal innovativeness, prior experience; and one social factor - virtual networking. The results indicate that individual adoption of innovation is influenced by employee demographics. Thus the empirical findings that clearly support the proposed unified model make a solid contribution to knowledge by deepening and broadening our understanding of the complexities associated with the adoption and implication of adoption of ICT by SMEs in Malang.

The study aims to increase government knowledge of how to apply ICT to boost the performance of small and medium sized enterprises so that they profit well and contribute to Indonesia's national economic objectives.

Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara luas-dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kinerja organisasi (Talukder, Harris, & Mapunda, 2008; Talukder, 2011). penelitian sebelumnya membuktikan bahwa ICT memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja organisasi di seluruh dunia (Koellinger, 2008; Brynjolfsson & Hitt, 2000; Levy & Powell, 2003). Selama bertahun-tahun, ICT telah membantu individu dan organisasi mendapatkan keuntungan dari teknologi tempat kerja baru (Locke, 2004).

Inovasi yang dikembangkan termasuk jalur telepon tetap, mesin faks, dan komputer pribadi. Salah satu inovasi TIK yang paling kuat dan memberikan dampak besar adalah internet. Michael E. Porter (2001) menyatakan bahwa internet adalah penemuan yang paling signifikan dalam bidang informasi dan teknologi komunikasi. kemampuan untuk membantu kegiatan usaha telah berkembang dan mendapatkan perhatian dan dukungan dari para pengusaha, eksekutif dan investor.

Talukder dan Yeow (2007) berpendapat bahwa Internet memungkinkan organisasi untuk mentransfer keterampilan, informasi dan pengetahuan dengan cara yang efektif dan efisien

(lihat juga Messinger, Stroulia, Lyons, Bone, Run, Smirnov, Perelgut, 2009; Owyang, 2009).

Internet telah menyebabkan munculnya media sosial seperti Facebook, Twitter, MySpace dan LinkedIn. Kaplan, Johnson, Pearce, dan George (1997) dan Coccia (1997) berpendapat bahwa terutama untuk organisasi yang lebih kecil inovasi Internet memberikan beberapa keuntungan yang sangat penting seperti mencapai pasar baru, mempromosikan bisnis mereka, merilis produk baru, meningkatkan kualitas komunikasi dan jaringan sosial online, menggunakan data dari daerah lain dan membangun hubungan yang kuat dengan mitra bisnis baru (Laudon & Traver, 2011). Saat ini, ada satu miliar lebih pengguna aktif Facebook yang secara teratur menggunakan akun Facebook dan menjadikan facebook merupakan alat yang potensial untuk meningkatkan kinerja bisnis (Laudon & Traver, 2011).

Teori didirikan pada adopsi ICT telah banyak diterapkan di negara Barat. Sebelum studi menemukan bahwa mengadopsi ICT dan mengikuti ini dengan sistem ICT yang terintegrasi dan proses bisnis rekayasa dapat secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan (Levy & Powell, 2003). Namun, banyak dari teori ini belum banyak diterapkan untuk negara-negara berkembang. Namun, Saarenketo, Puumalainen, Kylaheiko dan

Kuivalainen (2008) menemukan bahwa globalisasi perdagangan telah memberikan kontribusi untuk tantangan dan peluang, khusus untuk usaha kecil di negara berkembang. Oleh karena itu penting untuk menyelidiki faktor yang mempengaruhi UKM dalam pelaksanaannya inovasi ICT dan dampaknya terhadap kinerja organisasi UKM.

Talukder, Harris dan Mapunda (2008) berpendapat bahwa peningkatan kinerja organisasi sangat dipengaruhi oleh teknologi baru. Sejak akhir 1990-an pertumbuhan yang sangat besar dalam teknologi komunikasi informasi (ICT), telah memaksa banyak organisasi dan bisnis untuk kembali menilai praktek yang ada dan mempertimbangkan mengadopsi metode baru, baik untuk pelanggan dan mitra bisnis (Oh, Cruickshank, & Anderson 2009). Meningkatnya pentingnya dan proliferasi ICT merupakan peningkatan yang signifikan dalam sistem informasi dalam suatu organisasi.

Banyak peneliti telah mempelajari dan mengembangkan teori dan model untuk memahami manfaat TIK, khususnya e-bisnis atau e-commerce (Tarafdar & Vaidya, 2006; Oh, Cruickshank, Anderson, 2009; Kula & Tatoglu, 2003; Ayanso, Lertwachara, dan Thongpapanl 2010, Badescu, dan Garces-Ayerbe, 2009). Namun, sebagian besar pekerjaan konseptual dan empiris tentang masalah ini hanya difokuskan pada organisasi Western besar.

Namun, ICT yang diadopsi oleh UKM adalah sesuatu hal yang baru dan sangat potensial di negara-negara berkembang Asia. Dengan munculnya usaha kecil dan menengah sebagai kekuatan yang kuat di kedua negara maju dan berkembang, masalah bagaimana teknologi baru diterima dan dipraktikkan merupakan daerah yang membutuhkan lebih analisis (Oh, Cruickshank, & Anderson, 2009). Indonesia adalah negara berkembang di mana teknologi memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk mengisi kesenjangan yang - untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi UKM dalam perekonomian negara berkembang dan implementasi dari teknologi baru.

tingkat rendah UKM 'mengadopsi inovasi teknologi, terutama dibandingkan dengan perusahaan besar menggarisbawahi pentingnya penelitian ini. Penelitian tentang penerimaan teknologi individu dan driver adopsi dalam kerangka organisasi kecil terbatas (Talukder, Harris & Mapunda, 2008). Karena kurangnya studi yang relevan, penelitian ini mengenai adopsi TIK di UKM dianggap cocok untuk pemeriksaan (Shiels, McIvor & O'Reilly, 2003).

Adopsi inovasi TIK telah dicatat dalam bisnis sektor swasta. Shiels, McIvor dan O'Reilly (2003) menemukan bahwa kinerja perusahaan kecil sangat

dipengaruhi oleh investasi TIK, dan ICT keselarasan merupakan faktor kunci dalam memahami hubungan antara ICT dan kinerja perusahaan. Harrington dan Reed (1996) noed bahwa e-commerce mencakup pertukaran elektronik barang, jasa, informasi, dan pembayaran. Selatan dan Tilles (2002) mengungkapkan bahwa TIK / e-commerce dapat berkontribusi pada pertumbuhan UKM (Morgan, Colebourne & Thomas, 2006). Banyak penelitian telah diakui berbagai faktor yang mempengaruhi adopsi ICT oleh usaha kecil (Harker & Van Akkeren, 2002). Levy dan Powell (2003) berpendapat bahwa UKM melalui inovasi teknologi akan membantu mereka untuk mengeksplorasi pasar yang lebih besar dan lebih luas dan meningkatkan basis pelanggan mereka.

Di Indonesia bisnis ukuran kecil dan menengah menghadapi kendala besar seperti memperoleh pembiayaan (Beck & Demircuc-Kunt, 2006). Cara UKM berhasil menembus persyaratan keuangan formal dianalisis dalam penelitian ini, khususnya bagaimana mereka bisa melakukan hal ini lebih mudah. Dengan melakukan penelitian empiris di Indonesia, penelitian ini mengusulkan sebuah konsep teoritis baru dan memperkenalkan perspektif teoritis yang tidak ada di model sebelumnya seperti Theory of Reasoned Action (Ajzen & Fishbein, 1980), Technology Acceptance Model (Davis, 1989), dan Bersatu teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis, 2003). Ditampilkan penelitian tentang Indonesia mengenai adopsi inovasi ICT terbatas, terutama dalam konteks media sosial yang merupakan aspek penting dari inovasi TIK dalam bisnis. Kesenjangan ini ada dalam pengetahuan karena itu dibahas dalam tesis.

Tiga pertanyaan penelitian dikembangkan untuk penelitian ini: (1) Apa efek dari faktor organisasi di adopsi dari ICT? (2) Apa efek dari faktor individu di adopsi dari ICT? (3) Apa efek dari faktor-faktor sosial di adopsi dari ICT? Langkah penting berikutnya dalam penelitian ini adalah untuk melakukan tinjauan literatur dan kemudian mengembangkan model ditingkatkan untuk adopsi inovasi ICT.

Tiga variabel yang digunakan untuk mengukur kinerja UKM yang keuntungan, pertumbuhan dan pangsa pasar. Langkah-langkah dari variabel dijelaskan sebagai berikut:

Keuntungan

Laba didefinisikan sebagai pendapatan atau keuntungan finansial oleh setiap organisasi (Locke, 2004). Santhanam dan Hartono (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang mengadopsi ICT akan

mencapai hasil ekonomi yang lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak mengadopsi. Cinta, Roper dan Du (2009) juga menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang telah mengadopsi ICT memperoleh keuntungan lebih dari saingan yang tidak mengadopsi ICT. Variabel ini dikembangkan menggunakan teori-teori dari Locke (2004), Santhanam dan Hartono (2003), Duliba (2001) dan Love, Roper dan Du (2009). Untuk mengukur variabel ini, skala 7 poin dari 1 = (sangat tidak setuju) ke 7 = (sangat setuju) yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan Locke (2004), Santhanam dan Hartono (2003), Duliba (2001) dan Love, Roper dan Du (2009) lima indikator dikembangkan. Item pengukuran adalah:

Menggunakan Facebook dapat mengurangi biaya transaksi, karena sebagian besar transaksi akan didasarkan pada telepon dan internet seluler platform

Menggunakan Facebook dapat mengurangi biaya untuk mengakses pasar saat ini

Menggunakan Facebook dapat mengurangi biaya untuk menemukan produk baru

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk mengurangi biaya dari sumber pasar baru

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk mengurangi setelah biaya layanan penjualan

Pertumbuhan

Arti dari variabel ini adalah proses peningkatan dalam ukuran perusahaan, karyawan perusahaan, dan cabang-cabang perusahaan (Hernando & Nunez, 2004). variabel pertumbuhan dikembangkan berdasarkan studi oleh Hernando dan Nunez, (2004), Melville, (2004), dan Devaraj dan Kohli, (2003). Untuk mengukur variabel ini, 7 titik skala Likert dari 1 = (sangat tidak setuju) ke 7 = (sangat setuju) yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan Hernando dan Nunez, (2004); Melville, (2004); Devaraj dan Kohli (2003), lima item indikator dikerahkan untuk variabel ini.

Item dari pengukuran variabel

Menggunakan Facebook dapat meningkatkan kesempatan untuk mengumpulkan pelanggan baru dan memperluas perusahaan

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk berkomunikasi dengan cabang-cabang baru di lokasi baru

karyawan perusahaan akan meningkat ketika UKM memutuskan untuk membuka cabang baru

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk meningkatkan output mereka

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk meningkatkan produktivitas mereka

Saham

Arti dari variabel ini adalah bagian dari jumlah yang lebih besar dari pasar yang terbagi antara perusahaan atau bisnis (Hyvonen, 2007). Variabel ini dikembangkan berdasarkan penelitian oleh Brynjolfsson dan Hitt (2003), dan Hyvonen (2007). Untuk mengukur variabel ini, 7 titik skala Likert dari 1 = (sangat tidak setuju) ke 7 = (sangat setuju) yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan sedikit modifikasi, penelitian ini direplikasi dan dimodifikasi item dari Brynjolfsson dan Hitt (2003) dan Hyvonen (2007).

Item dari pengukuran variabel ini adalah:

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk mendapatkan pelanggan baru dari pasar yang berbeda

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk mencapai pasar global

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk meningkatkan pangsa pasar mereka

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk memperluas berbagai produk dan menyesuaikan produk

Menggunakan Facebook memungkinkan UKM untuk terhubung ke banyak jaringan atau masyarakat

Pengumpulan data

Prosedur utama dari collaction Data adalah melalui kuesioner survei. Peneliti pertama memperoleh izin dari Asosiasi UKM untuk melakukan penelitian di dalam organisasi anggota mereka. Asosiasi memberikan rincian kontak dari semua responden potensial. Questionaire kemudian dipublikasikan oleh surat pos kepada responden. Kuesioner dikirim ke manajer tingkat atas dari UKM di tiga pulau utama, Jawa, Bali, dan Pulau Kalimantan. lembar informasi yang menjelaskan tujuan penelitian melekat dengan kuesioner. Sebuah amplop stamped juga termasuk dalam pos. Para responden diberi waktu untuk mengembalikan kuesioner 2 minggu. Afetr dua minggu surat pengingat itu mengirim kepada mereka jika mereka belum menyelesaikan kuesioner belum. Semua kegiatan ini berlangsung dari Januari 2012 hingga Mei 2012. Sebanyak 1.650 kuesioner wer dikirim ke responden. Setelah pengingat total 367 kuesioner yang diterima. Beberapa kuesioner tidak lengkap. Akhirnya 350 menyelesaikan kuesioner yang atken untuk analisis. Langkah berikutnya adalah untuk mempersiapkan analisis data.

Analisis data

Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan SPSS. Data dianalisis menggunakan teknik analisis data multivariat. Peneliti melakukan analisis frekuensi, korelasi dan analaysia regresi. analisis deskriptif digunakan untuk frekuensi dan persentase yang dijelaskan informasi umum

tentang responden. Studi ini meneliti validitas dan reliabilitas instrumen. Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk menunjukkan validitas diskriminan dari skala pengukuran. Cronbach Alpha digunakan untuk menilai konsistensi internal dan reliabilitas skala.

Analisis utama dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk menguji semua hipotesis. Regresi digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen, atau prediktor, dan variabel dependen. analisis regresi berganda (MRA) juga digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini memiliki tiga variabel moderating. Sebelum menjalankan analisis regresi, penting untuk memenuhi asumsi analisis regresi untuk memastikan bahwa analisis dapat menghasilkan hasil yang valid dan reliabel. Data yang sudah dikumpulkan diuji untuk menyelidiki apakah ada pelanggaran asumsi regresi yang harus dideteksi dan direvisi. Asumsi dalam regresi adalah normalitas, multikolinearitas, homoscedasticity / heteroskedastisitas, linearitas, dan kemandirian residual.

Hasil Penelitian

Temuan utama dari studi ini adalah bahwa jaringan sosial virtual adalah variabel yang paling penting yang signifikan dan positif mempengaruhi semua variabel lain. Ini berarti bahwa jaringan sosial maya mendorong adopsi inovasi ICT. Selain itu, secara tidak langsung, jaringan sosial maya juga memberikan pengaruh yang kuat pada kinerja organisasi. Dilihat dari perspektif teoritis, penelitian ini memberikan pemahaman tentang variabel baru yang mempengaruhi karyawan dalam organisasi untuk mengambil inovasi ICT. Studi ini juga menemukan bahwa situs jejaring sosial maya seperti Facebook menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan adopsi inovasi ICT di berbagai organisasi di Indonesia terutama di sektor UKM nya.

Tabel 1: Hasil Uji Hipotesis

Hypothesis	Hasil	Pendapat
H1: Ada dampak pelatihan komputer dengan adopsi TIK dalam organisasi.	Ada hubungan signifikan	didukung
H2: Ada dampak sikap inovatif individu terhadap adopsi TIK dalam organisasi.	Ada hubungan signifikan	didukung
H3: Ada dampak penggunaan TIK terhadap peningkatan keuntungan usaha.	Ada hubungan signifikan	didukung

Selanjutnya, penelitian menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik dari variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan individu adopsi inovasi ICT dalam UKM dapat dikembangkan jika model yang sesuai diatur ke test.t. Tabel

menunjukkan bahwa 71,7% dari varians dapat dijelaskan oleh model yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil beberapa analisis regresi menegaskan bahwa bahwa sembilan variabel independen yang diteliti dalam akun penelitian ini untuk 71,7% dari varians dalam penerimaan individu inovasi ICT.

Tabel menunjukkan koefisien dan konstan untuk persamaan regresi dan signifikansi masing-masing variabel independen dalam model memprediksi varians dari variabel dependen. Selanjutnya, Tabel menunjukkan bahwa variabel dependen penggunaan adalah positif dan signifikan dipengaruhi oleh variabel independen. Hasil penelitian ini mengungkapkan pentingnya faktor eksternal dalam menjelaskan sikap individu terhadap adopsi inovasi ICT dalam UKM Indonesia.

Selain itu, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pelatihan dan insentif sebagai bagian dari faktor internal yang positif dan signifikan, yang berarti bahwa pelatihan yang diberikan dan diawasi oleh staf manajerial memiliki dampak yang signifikan pada penggunaan inovasi ICT. Ini berarti bahwa peningkatan pelatihan dalam organisasi secara signifikan akan meningkatkan tingkat penggunaan inovasi ICT. Ini juga berarti bahwa pelatihan secara luas dianggap dalam organisasi sebagai faktor yang memainkan peran penting dalam pembelajaran individual dan adopsi inovasi ICT. Pelatihan ini sangat berguna dalam membantu individu untuk belajar dan memahami inovasi ICT dan fitur-fiturnya.

Hasil menunjukkan bahwa insentif memainkan peran penting dalam membuat proses adopsi inovasi ICT. Bhattacharjee (1998) membuktikan bahwa motivasi individu dapat dimaksimalkan oleh tingkat tinggi insentif dan memaksimalkan inovasi teknologi dalam rangka memenuhi kebutuhan manajemen. Studi lain oleh Talukder, Harris & Mapunda (2008) juga menunjukkan bahwa insentif sering dianggap pemicu yang kuat dari perilaku karyawan dalam mengadopsi inovasi teknologi. Namun, Currid (1995) berpendapat bahwa insentif yang diberikan kepada karyawan mungkin tidak hanya keuangan karena ada bentuk-bentuk lain dari insentif seperti bonus pengakuan publik atau pendapatan naik (Bhattacharjee, 1998). Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa sikap individu dalam organisasi ke arah adopsi inovasi TIK secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari persepsi pribadi mereka, seperti pengalaman pribadi dan inovasi. Hasil dari analisis statistik yang disajikan pada Tabel menunjukkan bahwa pengalaman dan inovasi yang positif dan signifikan. Artinya, secara statistik, adopsi individu inovasi TIK dalam organisasi secara positif dan signifikan

dipengaruhi oleh pengalaman dan inovasi. Talukder, Harris & Mapunda (2008) berpendapat bahwa pengalaman mengacu pengalaman individu dengan inovasi dan keterampilan secara keseluruhan mengadopsi inovasi teknologi. DeLone (1988) menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pemilik dan CEO dari usaha kecil dapat ditingkatkan dengan pengalaman dalam menggunakan komputer. Igbaria, Parasuraman, & Baroudi (1996) dan Talukder, Harris, & Mapunda (2008) berpendapat bahwa individu-individu dalam organisasi yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam mengadopsi inovasi cenderung untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka selama proses adopsi inovasi teknologi. Selanjutnya, hasilnya juga menunjukkan bahwa adopsi individu dari perilaku inovasi TIK secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh inovasi pribadi. Ini berarti bahwa organisasi dan individu perlu menemukan cara-cara baru atau metode untuk mengganti strategi adopsi inovasi tradisional.

Implikasi bagi Organisasi

Sejak organisasi berukuran kecil dan menengah akan mendapat manfaat dari penerapan inovasi ICT seperti Face buku, manajemen harus mengembangkan kebijakan yang jelas tentang mengintegrasikan inovasi TIK ke dalam strategi bisnis mereka. Kebijakan tersebut harus membayar perhatian yang lebih besar untuk membedakan UKM penggunaan catatan adopsi ICT dari pesaing untuk unik komitmen posisi perusahaan untuk merangkul teknologi baru dalam operasi. Organisasi juga dapat mengambil keuntungan dari teknologi ICT baru seperti Facebook untuk meminimalkan biaya komunikasi sebagai Face buku tidak ada biaya uang kepada organisasi. Selanjutnya, Facebook memiliki potensi untuk mencapai pelanggan, pemasok dan stakeholder lintas batas. Dengan demikian, Facebook dapat memainkan peran penting dalam komunikasi yang efektif dari hari ke hari urusan UKM untuk target pasar hampir tanpa biaya kepada organisasi dan membantu organisasi meningkatkan kinerjanya.

Implikasi bagi Pemerintah

Sejak adopsi inovasi ICT yang secara luas dianggap sebagai salah satu faktor kunci untuk meningkatkan kinerja organisasi, pemerintah dalam pemerintahan umum dan Indonesia pada khususnya dapat belajar dari temuan penelitian dan desain ini program untuk membantu UKM untuk menerapkan inovasi TIK dalam praktek. inovasi TIK dan penggunaan dalam UKM yang strategis dan penting bagi Indonesia sebagai UKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi negara dalam hal pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Secara historis UKM Indonesia tidak mampu secara

finansial mengemudi dan menerapkan inovasi ICT berkembang dan dinamis. Oleh karena itu keterlibatan pemerintah dianggap penting untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan berjuang organisasi berukuran sedang dan kecil. Pemerintah dapat memfasilitasi proses adopsi langsung melalui menawarkan bantuan keuangan serta melibatkan universitas dan organisasi penelitian lain untuk memberikan bantuan infrastruktur untuk pengembangan keseluruhan implementasi ICT. Lebih khusus, pemerintah dapat melibatkan ilmu dan teknologi dalam memberikan dukungan teknis bersama dengan fasilitas pelatihan karyawan untuk memotivasi UKM untuk terus mengadopsi versi terbaru dari media sosial.

Keterbatasan

Keterbatasan utama dari penelitian ini adalah bahwa penelitian hanya digunakan sampel dari populasi area kecil dari Jawa Timur yang dikenal sebagai propinsi paling maju nomor 2 setelah DKI Jakarta. Setidaknya ada beberapa kota besar, seperti Surabaya, Jember, Madiun, Banyuwangi yang memiliki potensi untuk usaha kecil dan menengah. Namun, penelitian ini hanya mengambil sampel dari satu kota saja. Hal ini sangat penting dan berguna untuk sampel yang akan diambil dari kota besar lainnya karena ini akan menghasilkan temuan dan rekomendasi yang lebih komprehensif, dan bisa menangkap lebih akurat keadaan UKM di Indonesia. Keterbatasan lain dari penelitian ini adalah karena kendala praktis; penelitian ini adalah cross-sectional dan dilakukan dan diselesaikan pada satu titik waktu.

Penelitian Berikut

Penelitian ini memang memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini mengumpulkan data hanya dari satu kota di Jawa Timur. Studi berikutnya harus mencakup kota-kota yang lain sehingga perbandingan yang lebih umum dapat dikembangkan. Ada ribuan UKM di seluruh Jawa Timur dan upaya harus dilakukan untuk meneliti semua. Keterbatasan lain adalah bahwa penelitian ini hanya mengambil data dari satu titik waktu. penelitian masa depan yang memperhitungkan jangka waktu lama dapat dikembangkan untuk menemukan hasil yang lebih valid dan untuk menentukan apa yang terjadi dalam jangka panjang dan dalam konteks masa lalu. Selanjutnya, studi masa depan pada UKM di Indonesia harus melibatkan perbandingan dengan orang-orang di negara berkembang lainnya, khususnya di kawasan Asia-Pasifik. penelitian masa depan juga perlu difokuskan pada peran pemerintah dalam membantu UKM di negara-negara berkembang, khususnya Indonesia. Hal ini penting untuk menyelidiki apa yang pemerintah harus dilakukan di masa depan dan apa kontribusi yang sebenarnya telah dibuat dan bantuan apa yang telah diberikan

oleh pemerintah untuk membantu UKM meningkatkan kinerja mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Sykes, T.A., Venkatesh, V., and Gosain, S. (2009). Model of acceptance with peer support: a social network perspective to understand employees' system use. *MIS Quarterly* 33 (2), 371-393
- [2]. Talukder, M. (2011). Development of an enhanced model of innovation adoption by individual employees. *Journal of Asia Pacific Business*, 12(4), 316-339.
- [3]. Talukder, M. and Quazi, A. (2010). Exploring The Factors Affecting Employees' Adoption and Use of Innovation. *Australasian Journal of Information Systems* 16 (2), 1-29
- [4]. Talukder, M. and Quazi, A. (2011). *The impact of social influence on individuals' adoption of innovation. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce* 21 (2), 111-135
- [5]. Talukder, M., Quazi, A. and Djatikusumo, D. (2013). ICT adoption in organizational settings: The case of Indonesian SMEs. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*. (Under review)
- [6]. Talukder, M., Quazi, A. and Djatikusumo, D. (2013). Impact of Social Influence on Individuals' Adoption of Social Networks in SMEs, *International conference on computational and network technologies*, Science Publications, Adelaide, South Australia, 2-4 December, 2013
- [7]. Talukder, M., Harris, H. and Mapunda, G. (2008). Adoption of innovations by individuals within organizations: An Australian study. *Asia Pacific Management Review*, 13 (2), 463-480.
- [8]. Talukder, M. and Yeow, Paul H.P., (2006). A study of technical, marketing, and cultural differences between virtual communities in industrially developing and developed countries. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(3), pp.184 – 200
- [9]. Tarafdar, M. and Vaidya, S. D. (2006). Challenges in the adoption of e-commerce technologies in India: the role of organizational factors. *International Journal of Information Management* 26(6), 428-441
- [10]. Thong, J.Y.L (1999). An integrated model of information systems adoption in small businesses. *Journal of Management Information Systems*, Spring, 15 (4), 187-214
- [11]. Thornhill, S.(2006). Knowledge, innovation and firm performance in high-and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21(6), pp.687-703.
- [12]. Uzzy, B., and Dunlap S. (2005). "How to build your network". Harvard Business Review, Cambridge, MA, December.
- [13]. Venkatesh, V. and Brown, S. (2001). A longitudinal investigation of personal computers in homes: Adoption determinants and emerging challenges. *MIS Quarterly* 25 (1), 71-102.
- [14]. Venkatesh, V. and Davis, F. (2000) A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science* 46 (2), 186-204.
- [15]. Venkatesh, V., Morris, M., Ackerman, P. (2000) A longitudinal field investigation of gender differences in individual technology adoption decision-making processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 83(1), 33-60