

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sistem informasi merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting dan telah menunjang berbagai aspek kegiatan manusia. Salah satu aspek penting tersebut ialah *e-commerce* yang merupakan kegiatan jual-beli barang maupun jasa dengan melalui sistem elektronik.

Usaha yang berkembang pada saat ini kebanyakan membutuhkan aplikasi penunjang yang dapat mempermudah dalam pengembangan usahanya. *E-commerce* menjadi salah satu aspek yang sangat diminati karena memberikan kemudahan baik dalam segi pembelian, penjualan, ataupun pembayaran. Selain itu dengan adanya bantuan teknologi saat ini, masyarakat khususnya produsen menjadi lebih mudah untuk mempromosikan usaha mereka.

Shopee merupakan sebuah *platform e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura dan berada di bawah naungan SEA Group, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.

Aplikasi Shopee dipengaruhi dari beberapa faktor untuk menghasilkan sistem belanja yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa masih ada pengguna yang merasa dikecewakan. Berdasarkan dari ulasan singkat pada *google playstore* ditemukan bahwa banyak pengguna yang memberikan kritik akan beberapa hal seperti kesulitan untuk melakukan

koneksi atau *login* ke dalam aplikasi, sering terjadi kegagalan dalam proses pemabayaran, aplikasi yang terlalu berat dan lama prosesnya, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu Shopee dituntut untuk memahami bagaimana perilaku dan persepsi pengguna terhadap layanan yang mereka kembangkan agar mereka dapat meningkatkan efektivitas dan layanan, sehingga dapat menghasilkan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Untuk mengetahui minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya, maka dari itu perlu dilakukan evaluasi dan analisis mengenai minat pengguna terhadap aplikasi Shopee melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan pendekatan TAM karena TAM merupakan model yang valid untuk menguji diterimanya suatu sistem / sistem informasi.

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Tujuan dari model TAM adalah untuk menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi itu sendiri. Davis (1986) juga mengungkapkan bahwa model ini akan menggambarkan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) yaitu sebagai suatu tingkat dimana seorang percaya bahwa pengguna sistem secara khusus akan meningkatkan kinerjanya dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) yaitu sebagai persepsi manusia bahwa sebuah sistem informasi yang dia lihat mudah digunakan. Penelitian ini akan menggunakan kedua variabel kunci yang diusulkan oleh Davis tersebut, serta pemakaian aktual (*actual use*) yaitu persepsi seseorang akan merasa senang untuk

menggunakan sistem tersebut dan yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit untuk digunakan, serta menambahkan variabel tambahan yaitu persepsi kenyamanan (*perceived enjoyment*) yaitu persepsi manusia dimana kegiatan menggunakan sebuah sistem informasi dipersepsikan akan menyenangkan, terlepas dari kinerja yang dihasilkan dan pengguna sistem informasi. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Analisis Minat Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee berdasarkan hasil analisis menggunakan TAM?
2. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Actual Use*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee?

1.3 BATASAN MASALAH

Adapun batasan masalah pada penelitian kali ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini tidak melakukan perancangan sebuah sistem dalam organisasi terkait.
2. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model TAM yang telah dimodifikasi menggunakan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Actual Use*, dan *Perceived Enjoyment*.
3. Penelitian ini akan menggunakan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran questioner secara online dalam bentuk google form.
4. Skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *Skala Likert*.
5. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.
6. Pengujian dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain :

1. Mengetahui minat pengguna terhadap penggunaan aplikasi Shopee berdasarkan hasil analisis menggunakan TAM.
2. Mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Actual Use*, dan *Perceived Enjoyment* terhadap minat pengguna dalam penggunaan aplikasi Shopee.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian sebagai berikut :

1. Memberikan pengetahuan dan pengalaman mengenai penerimaan teknologi terutama tentang pengaruh penerapan model TAM terhadap minat menggunakan aplikasi.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan pada pihak Shopee, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna serta meningkatkan kualitas layanan aplikasi.
3. Dari hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi referensi bagi para pembaca yang mungkin akan melakukan pengembangan terhadap penelitian yang serupa.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam penulisan kali ini, penulis akan menguraikan secara lebih jelas mengenai gambaran umum dalam setiap bab dari laporan penelitian. Adapun rincian uraian terbagi dalam poin – poin sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama akan membahas mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua berisikan tentang konsep analisis, internet, *Technology Acceptance System*, SPSS, skala likert, dan penelitian sejenis. Kumpulan teori maupun konsep – konsep ini digunakan sebagai landasan yang menunjang bagi peneliti dalam menyusun dan melakukan penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga berisi tentang penguraian metodologi yang dipakai dalam mendukung proses penelitian ini. Didalamnya akan dipaparkan mengenai kerangka kerja penelitian, metode pengumpulan data, analisis data, dan alat bantu dalam penelitian.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab keempat berisi tentang model dan instrumen penelitian mengenai persepsi pengguna terhadap minat penggunaan aplikasi Shopee.

BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab kelima membahas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan, yang akan disajikan dalam bentuk penyajian data yang sesuai dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB VI : PENUTUP

Bab keenam atau penutup berisikan tentang kesimpulan-kesimpulan dari hasil analisis, serta saran sebagai masukan yang didapatkan dari proses penelitian yang ada.