

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Berkembangnya teknologi informasi saat ini telah mendorong terlahirnya sebuah paradigma baru ekonomi yang akhirnya membentuk sebuah dunia maya dalam dunia perdagangan yang sering juga disebut *E-Marketplace*. Didalam *E-Marketplace* terjadi interaksi berbagai perusahaan dengan pelanggan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga perusahaan lebih leluasa dalam memasarkan barang maupun jasa dan pembeli juga dengan mudah mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan melalui dunia maya. Kemajuan di bidang teknologi tersebut telah mendorong perusahaan untuk mengimplementasikan teknologi tersebut kedalam aktivitas bisnisnya. Kemampuan perusahaan dalam mengimplementasikan teknologi tersebut akan semakin membantu perusahaan dalam bersaing dengan para kompetitornya. Salah satu bentuk jenis implementasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce* untuk memasarkan berbagai macam produk ataupun jasa baik dalam bentuk produk ataupun digital. *E-Commerce* saat ini sangat populer dikalangan penggunanya, melalui sistem ini para pemasar berusaha merangsang para pengguna internet agar tertarik membeli produk mereka. *E-Commerce* adalah kegiatankegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang

perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.

Salah satu aplikasi yang saat ini meramaikan *marketplace* di Indonesia adalah Bukalapak. Bukalapak ialah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang usaha *e-commerce* dengan meramaikan segmen *mobile marketplace* melalui *software mobile* mereka untuk mempermudah transaksi jual beli melalui perangkat ponsel. Pendekatan sosial ini dipilih karena Indonesia merupakan Negara yang paling aktif pengguna media sosial nya. Bahkan Indonesia menjadikan media sosial bukan hanya buat berkomunikasi saja, melainkan pula sudah merambah pada aktivitas jual beli.

Namun ada beberapa masalah yang ditemukan pada aplikasi ini, setelah melihat komentar-komentar dari para pengguna yang telah menggunakan aplikasi Bukalapak di *google playstore*, pengguna mengeluhkan masih sering terjadi penipuan tentang rating produk yang tertera dan juga terjadi kesalahan saat pemilihan transaksi. Tidak hanya itu, para pengguna juga seringkali mengeluhkan tentang lambatnya respon dari *customer service* aplikasi Bukalapak. Dari beberapa masalah diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi belum sepenuhnya berjalan secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan pengguna aplikasi. Dengan adanya permasalahan tersebut dapat mempengaruhi niat perilaku pengguna aplikasi. variabel yang akan diamati adalah variabel yang didasarkan pada variabel-variabel yang ada di dalam metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan akan ditambahkan variabel bebas yaitu *output quality* dan *perception of external control* berdasarkan masalah yang telah di sampaikan di atas.

Technology Acceptance Model (TAM) TAM berasal dari pengembangan teori psikologis, dimana menjelaskan perilaku *computer user* atas dasar *belief*, *attitude*, *intention*, dan hubungan perilaku pengguna, dengan menjelaskan apa faktor utama dari perilaku pengguna terhadap *acceptance* pengguna *information technology* (IT) dalam dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya IT oleh *user*[1]. *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki 6 konstruk yaitu, *external variables*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude toward using*, *behavioral intention*, dan *actual usage*. Model TAM menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat baginya. Model TAM memiliki kelebihan daripada model lain, yaitu model TAM memberikan sebuah tempat untuk para peneliti menambahkan beberapa variabel tambahan di bagian variabel eksternal. Tetapi model TAM memiliki kelemahan yaitu, model ini hanya memberikan hasil yang sangat umum atau tidak terlalu spesifik tentang niat dan perilaku pengguna dari sebuah sistem dalam menerima sistem informasi atau aplikasi dan hanya menggunakan subyek tunggal saja.

Menurut teori TAM bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “**Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Niat Perilaku Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus : Pengguna Aplikasi Bukalapak di Kota Jambi)**”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *output quality* mempengaruhi *perceived usefulness* pengguna layanan aplikasi Bukalapak di Kota Jambi?
2. Apakah *perception of external control* mempengaruhi *perceived ease of use* pengguna layanan aplikasi Bukalapak di Kota Jambi?
3. Apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna layanan aplikasi Bukalapak di Kota Jambi?
4. Apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna layanan aplikasi Bukalapak di Kota Jambi?
5. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap *behavioral intention* pengguna?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini dapat terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel bebas yaitu *output quality*, *perception of external control*, dan variabel *intervening* yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness* serta variabel terikat yaitu *behavioral intention*.
2. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bantuan *google form*.
3. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*.
4. Analisis data menggunakan statistik SEM (*Structural Equation Modelling*).
5. Aplikasi yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah Smart PLS.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh *behavioral intention* pengguna

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan aplikasi Bukalapak.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai apakah layanan pada aplikasi Bukalapak dapat diterima dengan baik oleh pengguna.
3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan penelitian ini dibuat dalam sistematika yang sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang benar dan dibagi dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori dasar yang mendukung penelitian, dikutip dari buku, jurnal dan lain-lain.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian secara rinci desain, metoda atau pendekatan yang akan digunakan dalam menjawab penelitian untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum model yang digunakan, hipotesis, dan pengembangan kuesioner yang digunakan.

BAB V : HASIL ANALISIS

Bab ini berisi tentang model konseptual, analisis data statisti deskriptif, pengujian – pengujian dan hipotesis.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.