

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi mampu merubah gaya hidup dan aktivitas ekonomi di masyarakat. Melonjaknya pergerakan masyarakat memiliki imbas adanya keinginan agar aktivitas transaksi sehari-hari menjadi mudah, efektif dan efisien. Saat ini penggunaan teknologi informasi adalah hal penting yang harus diketahui oleh kalangan manapun. Salah satu contoh teknologi informasi adalah internet. Internet adalah salah satu media elektronik yang memudahkan kita dalam melakukan semua aktivitas. Terdapat beberapa hal penting kenapa internet harus digunakan, ialah internet memiliki koneksi serta jangkauan yang luas; bisa meminimalkan *agency cost*; interaktif; fleksibel; gampang dioperasikan; mempunyai kapabilitas dalam berbagi informasi dengan cepat; bisa meminimalkan biaya komunikasi serta transaksi (Laudon dan Laudon 2000).

Berdasarkan survei internet Indonesia tahun 2022-2023, pengguna internet di Indonesia mencapai 215.626.156 juta orang. Peningkatan penggunaan internet juga disebabkan oleh pandemi Corona Virus Diseases 2019 (Covid-19) yang melanda Indonesia bahkan dunia. Penyebaran virus corona mengharuskan kita semua untuk melakukan aktivitas dari rumah. Baik saat berkomunikasi, bekerja, belajar bahkan saat bertransaksi bisnis. Peningkatan penggunaan internet inilah yang memicu muncul situs *e-commerce* di Indonesia. *E-commerce* ialah sebuah teknologi baru pada proses bisnis untuk segala jenis produk dan jasa yang ditawarkan ke dalam pasar global atas *support* dari mitra bisnis di Indonesia (Saputra, 2017). *E-commerce* adalah suatu penjualan barang dan jasa menggunakan

informasi sistem melalui internet (Sutabri, 2012). Masyarakat menganggap bahwa kemudahan teknologi diterima oleh konsumen saat berbelanja online sangat memikat. Karena tarif di *e-commerce* yang terjangkau, pengiriman cepat, dan faktor lainnya (Sutisna, 2023).

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1986) sebagai tolak ukur prinsip dalam adopsi informasi teknologi yaitu *e-commerce*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Davis (1986) TAM merupakan ilmu dari sistem informasi yang dibuat agar dapat menggambarkan suatu proses dari *user* mulai dari mengerti tentang system dan menggunakan sebuah teknologi informasi. TAM menggunakan *Theory of Reason Action* (TRA) pada penelitian Fishbein dan Ajzen (1980) sebagai landasan ilmu yang dipakai agar mampu mengetahui tingkat penerapan dari subjek penelitian saat berkenan menggunakan teknologi informasi. Ajzen berpendapat jika niat untuk melakukan sesuatu berdasarkan 2 variabel yaitu sikap (*Attitude Toward Behavior*) dan (*Behavioural Beliefs*) perilaku (Poetri, 2010).

Menurut Davis awal dari sikap memakai suatu sistem adalah karena adanya anggapan tentang kegunaan terhadap penggunaan teknologi (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan dalam memakai teknologi informasi tersebut (*Perceived Ease of Use*). Persepsi terhadap manfaat adalah manfaat yang diyakini oleh seseorang apabila menggunakan teknologi informasi. Variabel lain yang dikemukakan Davis adalah mempengaruhi kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi adalah kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. *Perceived Ease of Use* yang dimaksud adalah tidak adanya kesulitan atau tidak perlu memberikan usaha yang besar untuk menggunakan sebuah teknologi informasi. Oleh karena itu

persepsi mengenai kemudahan saat memakai sistem teknologi menunjuk pada kepercayaan pribadi jika system teknologi informasi yang pakai tidak membingungkan atau menyulitkan pengguna. Persepsi terhadap manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi sikap (*Attitude Towards Behavior*) seseorang pada pemakaian teknologi. Apakah pengguna tersebut memiliki keinginan untuk memakai sebuah teknologi (*Intention to Use*). Niat untuk memakai sebuah teknologi dapat Menunjukkan individu untuk memakai teknologi (*Actual Usage*). Pada teori TAM di penelitian Davis (1986) mengemukakan jika anggapan tentang kegunaan teknologi juga mempengaruhi persepsi kemudahan tetapi tidak berlaku sebaliknya. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa selama seseorang bahwa teknologi memiliki manfaat bagi dirinya, ia akan berniat memakai teknologi tersebut tanpa melihat apakah system tersebut itu mudah digunakan atau tidak (Poetri, 2010). Hasrat pengguna untuk menyambut dan menggunakan teknologi berkembang saat ini juga memiliki pengaruh pada pertumbuhan bisnis secara online. Anggapan seseorang tentang system informasi dapat menjadi penyebab atas sikapnya saat pemakaian teknologi informasi, yakni salah satu aspek yang bisa memberikan pengaruh ialah persepsi pengguna tentang manfaat dan kemudahan pemakaian system sebagai suatu perilaku yang menjadi tumpuan pada latar belakang pemakaian system teknologi sehingga landasan pengguna saat mengetahui kegunaan dan kemudahan pemakaian system informasi membuat tingkah laku seseorang bisa menerima pemakaian teknologi informasi (Loekamto, 2012.)

Pada tahun 2019 Labuan Bajo ditetapkan sebagai daerah pariwisata super premium. Berkembangnya pariwisata Labuan Bajo membawa dampak ekonomi yang baik bagi masyarakat Labuan Bajo secara khusus dan Indonesia secara luas. Pariwisata yang berkembang pesat menghadirkan pasar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM yang menjamur di daerah pariwisata Labuan Bajo adalah UMKM di bidang penginapan, wisata alam, kuliner, dan suvenir. Oleh karena itu, perlu dilakukannya digitalisasi UMKM sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Digitalisasi UMKM dapat dilakukan dengan memanfaatkan *e-marketplace*. *E-marketplace* atau *e-commerce platform* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dapat menjadi opsi untuk pemasaran produk UMKM semakin luas menjangkau konsumen. Penjualan produk UMKM dengan memanfaatkan *e-marketplace* dapat dilakukan melalui *e-marketplace* terpadu yang dikelola pemerintah daerah atau komunitas maupun *e-marketplace* yang dikelola oleh masing-masing UMKM. Digitalisasi UMKM juga dapat dilakukan melalui media promosi. Media promosi produk UMKM dapat dipasarkan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dll. Media promosi online akan semakin memperluas jangkauan pasar, sehingga sebaran konsumen semakin luas.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa siap masyarakat Labuan Bajo menerima dan menggunakan *e-commerce*. Kebaruan pada penelitian ini adalah subjek penelitian yaitu masyarakat Labuan Bajo. Adapun tahun penelitian adalah tahun 2023. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah

“Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Menganalisis Niat Perilaku Penggunaan E-Commerce Pada Masyarakat Labuan Bajo”

1.2 Rumusan Masalah

E-commerce merupakan suatu teknologi yang diciptakan untuk menjadi media atau tempat menjual atau membeli suatu produk dan jasa secara online. *E-commerce* memiliki jangkauan pasar yang luas, sehingga dapat membantu pelaku usaha di Labuan Bajo agar dapat menjangkau pasar tidak hanya di Labuan Bajo saja tetapi juga seluruh Indonesia bahkan seluruh dunia. Oleh karena itu untuk mengetahui seberapa siap masyarakat Labuan Bajo mau menerima dan menggunakan *e-commerce* maka perlu dilakukannya pendekatan dengan model *technology acceptance model* (TAM) untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan suatu teknologi (*e-commerce*) dengan melihat indikator yang ada pada TAM. Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *e-commerce*?
2. Apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *attitude toward behavior* dalam penggunaan *e-commerce* ?
3. Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *attitude toward behavior* dalam penggunaan *e-commerce* ?
4. Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dalam penggunaan *e-commerce* ?

5. Apakah *attitude toward behavioral* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* dalam penggunaan *e-commerce* ?
6. Apakah *intention to use* memiliki pengaruh terhadap *actual usage* dalam penggunaan *e-commerce* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara terperinci tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *e-commerce*
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward behavioral* dalam penggunaan *e-commerce*
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward behavioral* dalam penggunaan *e-commerce*
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* dalam penggunaan *e-commerce*
5. Untuk mengetahui pengaruh *attitude toward behavioral* terhadap *intention to use* dalam penggunaan *e-commerce*
6. Untuk mengetahui pengaruh *intention to use* terhadap *actual usage* dalam penggunaan *e-commerce*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan persepsi baru mengenai penerimaan dalam menggunakan teknologi untuk menjalankan *e-commerce* bagi masyarakat Labuan Bajo.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi acuan atau referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai TAM di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang menerangkan beberapa hal seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua perlu dituliskan untuk lebih dapat menerangkan beberapa hal penting seperti dasar teori yang bertugas untuk mendukung penelitian, kerangka penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga memiliki fungsi untuk memberikan pembahasan berkaitan dengan metode penelitian yang digunakan. Hal-hal yang dibicarakan antara lain tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengujian instrumen dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab keempat merupakan bab yang membahas analisis data serta pengujian hipotesis .

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang menerangkan beberapa hal seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian

