

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

TAM merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Fred Davis yang berfokus pada penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Dalam jurnal yang ditulis oleh Chasanah, Nur dkk. (2023), menjelaskan bahwa penelitian ini memiliki tujuan utama yakni untuk mengembangkan situs web UKM Central Agro Lestari untuk meningkatkan komunikasi pelanggan dan memberikan informasi yang sesuai, terutama selama keadaan pandemi Covid-19 kemarin. Dengan menerapkan beberapa konstruk TAM seperti Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Kualitas Informasi, maka penelitian ini dapat mengukur penerimaan pelanggan terhadap situs web. Hal ini menggarisbawahi pentingnya penggunaan kerangka kerja TAM untuk mengevaluasi dan meningkatkan penerimaan pelanggan terhadap teknologi situs web [9].

Dalam penelitiannya, Musa H. dkk. (2024), menjelaskan bahwa penelitian ini dilakukan dengan meninjau faktor komprehensif terhadap tren riset pemasaran dengan menggunakan TAM pada tahun 2002 hingga 2022. Hal ini dapat menyebabkan tingkat penerimaan yang lebih tinggi di kalangan konsumen/pengguna layanan [10].

Dalam artikel yang ditulis oleh Jimenez I, dkk. (2021), menjelaskan bahwa penelitian ini memiliki sebuah tujuan utama yakni untuk memvalidasi perluasan TAM untuk platform FARMER 4.0, sebuah platform *e-learning* di sektor pertanian, untuk memahami faktor-faktor penentu penerimaan teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas konten dan pengalaman, serta kepercayaan diri yang diidentifikasi sebagai faktor penentu penting yang mempengaruhi persepsi pengguna tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap, dan niat untuk menggunakan platform *e-learning* di bidang pertanian [11].

Pada jurnal penelitian yang ditulis oleh Harsanto W. dkk. (2023), menjelaskan bahwa TAM digunakan untuk menganalisis penerimaan konsumen terhadap situs *e-commerce*, khususnya dalam konteks solusi transformasi digital di Plantage.id. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini untuk menguji bagaimana penerapan teori TAM menganalisis penerimaan konsumen dan adopsi situs web *e-commerce*,

dengan fokus pada faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan TAM bisa menganalisis penerimaan konsumen terhadap situs *e-commerce*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zhou, Liqiu dkk. (2022), mempunyai sebuah tujuan yakni untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi niat siswa untuk menggunakan platform pendidikan online di sebuah universitas di Tiongkok, dan memperluas TAM dengan memasukkan variabel eksternal seperti desain kursus online, kualitas sistem yang dirasakan, dan kenikmatan yang dirasakan, bersama dengan variabel tambahan yang dirasakan, interaksi yang dirasakan, untuk mengeksplorasi niat pelajar untuk menggunakan platform pendidikan online. Meskipun mempunyai beberapa hubungan yang berbeda, penelitian ini menyarankan adanya eksplorasi variabel tambahan yang berdampak pada penerimaan teknologi [12].

Menurut Taufiq, Mohammad, Ghani, Abdul dkk. (2019), bahwa penelitian mereka menggunakan TAM untuk mengeluarkan informasi tentang pemakaian/penggunaan *Arabic Language Learning Game* (LLG) di sektor pendidikan tinggi. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memberikan kontribusi dan wawasan berharga terhadap literatur tentang pembelajaran berbasis game digital dan penggunaan game digital seluler dalam pendidikan. Selain itu, pengembangan instrumen berbasis TAM juga merupakan langkah penting menuju praktik belajar mengajar yang lebih efisien [13].

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Naufal Noviansyah (2023), hasil dari analisis menunjukkan bahwa pengguna *website* perpustakaan memiliki persepsi positif terhadap kegunaan dan mudah penggunaan sistem. Penelitian yang telah dilakukan Naufal Noviansyah ini,[14] menunjukkan bahwa TAM dapat digunakan untuk menjelaskan penggunaan *website* perpustakaan. Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan dan sistem pemakaian/penggunaan yang mudah juga bisa mempengaruhi pendirian dan keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi yang baru [14].

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurlaila dkk. (2022), membahas tentang TAM yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah *website*

PPID telah diterima dengan baik di kalangan Masyarakat dengan menerapkan lima variabel yang diajukan sebagai hipotesis pada penelitian. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan, kegunaan, dan niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna terhadap situs web PPID Kota Samarinda [15].

Dalam jurnal yang ditulis oleh Subowo dkk. (2020), mengatakan bahwa, penelitian yang dilakukan di latar belakang oleh metode TAM yang mana Aplikasi jasa ojek online XYZ dapat dikatakan layak pakai jika memiliki kepercayaan positif berdasarkan alasan variabel TAM. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang valid mengenai pengaruh prinsip TAM terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, termasuk ketepatan, fleksibilitas, keamanan, mudah digunakan, pribadi, serta mudah diakses, memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap variable Y yang adalah kepuasan pelanggan [16].

Menurut Viriya Yoga (2022), penelitian yang dilaksanakan ini memiliki tujuan yakni untuk merancang sebuah platform *e-commerce* berbasis web yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk secara online. Maka dari itu, penelitian ini menyoroti keberhasilan implementasi system pada *e-commerce* berbasis web dan penerimaan positif di kalangan pengguna, sebagaimana dibuktikan oleh hasil TAM itu sendiri [17].

Merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti *usability*, *usefulness*, dan *visual design* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan penggunaan sebenarnya dari suatu *website*. Dalam konteks *website* KAMAJAYA *Scholarship*, penelitian ini akan menggunakan kerangka TAM untuk mengevaluasi bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi adopsi dan penggunaan situs web oleh pengguna. Secara spesifik, penelitian ini akan mengkaji pengaruh:

1. *Usability* terhadap niat untuk menggunakan *website*.
2. *Usefulness* terhadap niat untuk menggunakan *website*.
3. *Visual design* terhadap niat untuk menggunakan *website*.
4. Niat untuk menggunakan *website* terhadap penggunaan sebenarnya.

5. *Usability, usefulness*, dan *visual design* terhadap penggunaan sebenarnya melalui niat untuk menggunakan.

Kemudian pada tabel 2.1, telah dijabarkan perbandingan penelitian sebelumnya sebagai acuan pada penelitian ini.



Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian

Nomor	Fokus	Metode	Hasil	Referensi
1	Faktor-faktor konstruk TAM untuk mengukur penerimaan pengguna terhadap situs web.	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Hasil dari penelitian ini yakni menghasilkan situs web fungsional yang dapat meningkatkan komunikasi pengguna, menyediakan fitur penting untuk hubungan pengguna, dan menawarkan informasi komprehensif yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.	[9]
2	Faktor dalam kerangka kerja TAM yang dimanfaatkan untuk merancang strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan manfaat yang dirasakan ( <i>perceived usefulness</i> ) dan kemudahan penggunaan produk atau layanan ( <i>ease of use of products or services</i> ).	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	TAM dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja produk dan layanan, misalnya untuk mengevaluasi kinerja layanan dan penawaran perbankan. Selain itu tam juga dapat mengidentifikasi konsumen yang paling efektif, dan membantu mengembangkan strategi untuk meningkatkan penggunaan layanan.	[10]
3	Menggunakan TAM untuk memahami faktor-faktor dalam penggunaan platform <i>e-learning</i> berupa FARMER 4.0 terhadap sektor pertanian, khususnya di kalangan para petani.	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Hasil yang di dapat membuktikan bahwa elemen TAM yang digunakan dalam <i>e-learning</i> Platform FARMER 4.0 memiliki pengaruh positif terhadap keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut.	[11]
4	Penelitian ini menganalisis bagaimana model TAM dapat menjelaskan tanggapan pengguna dalam penggunaan teknologi. Penelitian ini fokus terhadap	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Memberikan wawasan tentang TAM dalam menganalisis penerimaan konsumen/pengguna terhadap situs <i>e-commerce</i> . Dengan menciptakan situs yang dapat dipercaya sebagai <i>Perceived</i>	[18]

Nomor	Fokus	Metode	Hasil	Referensi
	beberapa faktor yakni memprediksi sikap pengguna dan niat perilaku pengguna terhadap layanan teknologi tersebut.		<i>Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> oleh konsumen/pengguna.	
5	Membuktikan bahwa faktor dalam TAM dapat digunakan untuk mengungkapkan keputusan pengguna dalam menggunakan teknologi baru, seperti contoh platform <i>online e-learning</i> .	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	Membuktikan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh positif terhadap keinginan mahasiswa untuk menggunakan platform <i>online e-learning</i> .	[12]
6	Memfaatkan TAM untuk mengekstraksi data seputar <i>website</i> klien <i>Arabic Language Learning Game</i> (LLG) dalam segmen instruksi yang lebih tinggi.	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	Pengguna yang menjadi pemakai <i>website</i> LLG memiliki persepsi positif terhadap kegunaan dan penggunaan sistem yang mudah.	[13]
7	Meneliti faktor-faktor dalam TAM untuk menganalisis sebuah <i>website</i> perpustakaan. Mulai dari kemudahan pengguna dan elemen lainnya.	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	Membuktikan bahwa, dengan fokus terhadap elemen utama dari TAM, seperti <i>Perceived Usefulness</i> (PU), <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU), <i>Attitudes Toward Using</i> (AT), dan <i>Behavioral Intention to Use</i> (BI), maka tujuan untuk memprediksi pengguna dalam penggunaan teknologi dapat tercapai berupa penerimaan yang positif	[14]
8	Faktor-faktor dalam TAM untuk mengetahui apakah <i>website</i> PPID	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).	Hasil yang didapat berupa pembuktian dengan menggunakan TAM, <i>website</i> PPID Kota Samarinda memiliki pengaruh positif dalam	[15]

Nomor	Fokus	Metode	Hasil	Referensi
	telah diterima dengan baik di kalangan Masyarakat		membantu masyarakat Kota Samarinda dalam mengajukan permohonan informasi dengan lebih mudah, cepat dan efisien serta dapat diterima di kalangan masyarakat.	
9	Penelitian ini menggunakan TAM untuk menilai aplikasi layanan ojek online XYZ dapat dianggap layak jika mendapat kepercayaan positif berdasarkan perbedaan TAM.	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen antara lain akurasi, fleksibilitas, keamanan, kemudahan penggunaan, privasi, dan kemudahan akses mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y khususnya kepuasan pelanggan.	[16]
10	Merancang dan membangun sebuah platform <i>e-commerce</i> berbasis web yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk secara online.	<i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kinerja dan efisiensi sistem <i>e-commerce</i> berbasis web serta potensi peningkatan penjualan bagi PT. Qiao Xing Industry.	[17]
11	Untuk menganalisis pengaruh <i>usability</i> , <i>usefulness</i> , dan <i>visual design</i> terhadap Penggunaan pada <i>Website KAMAJAYA Scholarship</i> .	Studi empiris menggunakan kerangka model <i>Technology Acceptance Model (TAM).</i>	Harapannya agar dengan adanya penelitian ini, dapat diketahui apa saja faktor yang mengakibatkan naik-turun nya penggunaan terhadap <i>website KAMAJAYA Scholarship</i> .	<i>*Sedang dalam proses penelitian</i>