

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi dalam bidang ekonomi atau bisnis memiliki peran sangat penting sebagai sarana dan wadah transaksi untuk bisnis *online*, dengan internet sebagai medianya. Dalam internet terdapat situs web yang dapat menjadi sarana pelaku bisnis dalam mempromosikan barang-barang jualan kepada konsumen (Utami, 2010:62). Perkembangan sistem teknologi informasi menjadi sesuatu yang tidak dapat dihindari dan mempengaruhi aspek-aspek kehidupan manusia. Tujuan adanya sistem teknologi informasi dalam perusahaan adalah untuk meningkatkan kemudahan dalam komunikasi, menghemat biaya, mendorong pemikiran strategis, melindungi informasi, dan melindungi data rahasia. Perkembangan teknologi informasi mudah diterima oleh masyarakat sebagai sumber pertumbuhan ekonomi karena dapat membantu dalam proses produksi dengan menggunakan modal sedikit agar mendapatkan hasil yang maksimal dan meningkatkan perekonomian (Wahyuni et al., 2013:72). Perkembangan teknologi informasi saat ini secara signifikan mempengaruhi persaingan antar pelaku usaha. Pesatnya perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku bisnis untuk bertindak cepat. Bagi yang tidak dapat mengikuti perkembangan industri teknologi informasi, maka harus siap untuk tertinggal oleh pesaing yang mengikuti perkembangan tersebut. Perkembangan teknologi informasi ini menjadi salah satu faktor berkembangnya industri kuliner.

Kuliner merupakan kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan primer manusia, itulah yang menyebabkan perkembangan industri kuliner yang semakin meningkat saat ini. Seiring perkembangan zaman, kuliner tak hanya menjadi produk konsumsi tetapi juga menjadi gaya hidup dari masyarakat. Kuliner saat ini berkembang dengan tingginya kreatifitas dan inovasi untuk memperoleh konsumen. Menurut data dari kementerian perindustrian bahwa bisnis kuliner menyumbang PDB industri non-migas sebesar 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Airlangga Hartanto (2017) menyebutkan bahwa capaian tersebut mengalami kenaikan sebanyak 4 persen dibandingkan pada triwulan III tahun 2016. Sedangkan, kontribusi PDB nasional sebesar 6,21 persen pada triwulan III tahun 2017 atau naik 3,85 persen dibanding pada periode yang sama tahun sebelumnya (Kemenperin, 2017).

Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia sekaligus kota metropolitan. Sebagai kota kedua terbesar di Indonesia, tentunya industri kuliner di kota Surabaya berperan cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data BPS Kota Surabaya, PDRB kota Surabaya pada tahun 2018 mencapai 554,59 trilyun (BPS Kota Surabaya, 2018). BPS (2019) menyatakan bahwa PDB nasional sebesar 14.387,4 trilyun, artinya kota Surabaya menyumbang PDB sebesar 3.85 persen pada tahun 2018. Salah satu industri kuliner yang banyak didirikan di Surabaya adalah rumah makan/restoran. Restoran merupakan bentuk industri kuliner yang cukup ditekuni oleh pengusaha-pengusaha di Indonesia. Restoran yang terdapat di Indonesia memiliki konsep yang berbeda-beda, seperti restoran *fast food* (cepat saji), kafe, *buffet* (prasmanan) dan *fine dining*. Setiap konsep restoran tersebut memiliki ciri khas yang berbeda-beda untuk menarik minat konsumen. Berikut ini adalah data jumlah rumah makan/restoran yang ada di Surabaya:

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Makan/Restoran di Surabaya Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah
2014	383
2015	713
2016	790
2017	1083
2018	1341

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2018

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, bahwa dari tahun 2014 hingga tahun 2018 jumlah rumah makan/restoran di Surabaya selalu mengalami peningkatan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah rumah makan/restoran di Surabaya semakin meningkat dan persaingan usaha semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, para pelaku industri kuliner harus terus menerapkan strategi yang kreatif dan inovatif untuk bersaing dengan kompetitor. Strategi yang dapat dilakukan adalah berupa inovasi pada produk maupun layanan untuk memenangkan persaingan, serta pemanfaatan media *online* dalam promosi dan penjualan. (Kompasiana, 2018)

Pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat saat ini mengalami perubahan dimana sejak bulan Maret 2020 terjadi pandemi COVID-19 di seluruh dunia termasuk Indonesia. *Coronavirus disease 2019* atau COVID-19 merupakan penyakit menular berbahaya dengan proses penularan yang cepat,

setelah dinyatakan sebagai sebuah pandemi oleh WHO, masyarakat menjadi takut dan hal ini mempengaruhi aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Pandemi COVID-19 mempengaruhi banyak sektor salah satunya adalah ekonomi (kompas.com, 2020). Hal ini menyebabkan banyak perusahaan yang gulung tikar karena adanya penurunan omset penjualan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat. Banyak pekerja yang dirumahkan dan PHK, korban PHK terpaksa berjualan makanan dan berjualan *online* (Banjamahor, 2020). Adanya pandemi ini mempercepat dan memaksa terjadinya transformasi pada sistem jual beli menjadi *online* dengan prinsip digitalisasi (Bisnis.com, 2020). Hal inilah yang menjadi faktor bagi para pelaku usaha kuliner saat ini untuk menggunakan media *online* dalam menyampaikan informasi produk dan layanan, salah satunya adalah *website*. *Website* yang dapat menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan salah satunya adalah EatDeals. EatDeals merupakan *platform listing* rumah makan/restoran dan *ghost resto* di Jawa Timur.

Niat berperilaku konsumen didefinisikan sebagai proses memilih, membayar, menggunakan, dan membuang produk sesuai dengan yang kebutuhan dan keinginan. Semua perilaku konsumen tersebut dapat terjadi jika konsumen memiliki niatan untuk menerima dan menggunakan sebuah sarana daftar rumah makan/restoran berbasis teknologi. Dasar niatan berperilaku konsumen dapat dijelaskan dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Teori tersebut menunjukkan dan menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh ekpektansi kinerja (*performance expectancy*) dan ekspektansi usaha (*effort expectancy*). Teori UTAUT adalah suatu model penerimaan teknologi informasi yang merupakan gabungan dari delapan model terkemuka, yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM dan TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), serta *Social Cognitive Theory* (SCT). Implementasi suatu teknologi informasi selalu berhubungan dengan pengguna, sehingga pengguna merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu sistem teknologi informasi. (Venkatesh *et al.*, 2003)

Berdasarkan model UTAUT, dengan meneliti variabel *performance expectancy* adalah tingkat seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membantunya untuk mencapai keuntungan tertentu dalam pekerjaan. Hal itu dapat menjadi faktor untuk meningkatkan kinerja seseorang dalam mencari informasi mengenai tempat makan secara *online*. Konsumen yang semula tidak memiliki banyak waktu untuk datang dan makan di tempat, dapat langsung membuka *smartphone* yang dimiliki untuk melihat serta memilih hingga membeli makanan minuman yang diinginkan. Menurut

model UTAUT, *effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi *online*. Konsumen akan berminat memilih dan mencari rumah makan/restoran *online* jika mudah dioperasikan serta mudah dipelajari. Untuk menarik pengguna agar mau mempelajari dan menggunakan teknologi daftar rumah makan/restoran *online*, pemilik teknologi tersebut perlu memperhatikan kemudahan sistem navigasi dalam *website*. Venkatesh *et al.* (2003) mengatakan bahwa *behavioral intention* merupakan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, seperti berencana untuk melakukan pencarian rumah makan/restoran secara *online* dalam waktu dekat, konsumen memprediksi akan melakukan pencarian rumah makan/restoran secara *online* di akhir minggu, dan konsumen berniat untuk melakukan pencarian rumah makan/restoran secara *online* di minggu berikutnya. Keinginan atau minat pengguna dalam memanfaatkan *website* EatDeals menjadi penilaian penting pada *website* tersebut. Adanya keinginan atau minat seorang pengguna menjelaskan bahwa pengguna tersebut mendapatkan manfaat setelah menggunakan *website* EatDeals. Seseorang yang sudah memiliki keinginan berarti telah merasakan manfaat dari *website* EatDeals dan akan terus menggunakan *website* tersebut dalam proses usaha mempermudah pencarian tempat makan.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wibowo *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *behavioral intention*. Hal ini dikarenakan aplikasi Sistem Informasi Manajemen Pabrik Gula (SIMPG) tidak selalu meningkatkan kinerja/performa seseorang. Sebaliknya variabel *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap variabel *behavioral intention* karena aplikasi SIMPG mudah digunakan dan mudah dipahami oleh pengguna. Penelitian lain yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.*, (2003), Song *et al.*, (2019) di Korea Selatan dan Sabbir *et al.*, (2020) di Bangladesh menemukan bahwa variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh yang signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan kembali hasil yang didapat oleh Wibowo *et al.*, (2019) bahwa variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap variabel *behavioral intention*. Selain itu dari hasil penelitian terdahulu lainnya, dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh pada variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada *website* EatDeals. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena perkembangan teknologi informasi dan perkembangan industri kuliner yang semakin meningkat, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya. Dengan adanya

perkembangan yang pesat dari teknologi informasi dan industri kuliner, maka tingkat persaingan juga akan semakin tinggi, sehingga para pelaku industri kuliner harus mengetahui fenomena-fenomena yang tengah terjadi agar mampu menerapkan strategi bersaing.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka dapat diajukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *performance expetancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada *website* EatDeals?
2. Apakah *effort expetancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada *website* EatDeals?

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup adalah batasan banyaknya subjek yang tercakup dalam sebuah masalah. Secara umum memiliki makna batasan. Dalam arti luas batasan ini bisa dalam bentuk materi, variabel yang diteliti, subjek, atau lokasi. Ruang lingkup bisa diartikan secara lebih khusus pada materi atau hal tertentu. Penelitian ini mencakup wilayah kota Surabaya.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diajukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Performance Expetancy* terhadap *Behavioral Intention* pada *website* EatDeals.
2. Mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Effort Expetancy* terhadap *Behavioral Intention* pada *website* EatDeals.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak:

1. Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan kajian mengenai *performance expectancy*, *effort expectancy*, *behavioral intention* dan berguna untuk penelitian lanjutan sebagai bahan rujukan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi *performance expectancy* dan *effort expectancy* dalam penentuan *behavioral intention*.

1.6. Sistematika Penulisan

Terdapat tiga bab dalam sistematika penulisan penelitian ini, yang disusun sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN.

Bagian bab ini memberikan penjelasan umum tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.

Bagian bab berisi antara lain penelitian terdahulu, landasan teori hubungan antar variabel, kerangka/ model konseptual, dan pengembangan hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN.

Bagian bab ini terdiri dari desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, statistik deskriptif, dan pengujian kualitas data.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian bab ini terdiri dari penyebaran dan pengembalian kuesioner, gambaran umum responden, hasil pengujian kualitas data, dan pembahasan.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang berisi kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.