

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan aplikasi *e-commerce* merupakan suatu tren yang saat ini terus meningkat dari waktu ke waktu yang dipengaruhi oleh gaya berbelanja *online* khususnya pada generasi milenial. Masyarakat biasanya menggunakan aplikasi *e-commerce* karena merasa lebih mudah dalam hal berbelanja.

Dengan menggunakan *e-commerce*, seseorang dapat melakukan transaksi pembelian dengan mudah karena fitur-fitur yang disediakan pada *e-commerce* sudah sangat lengkap, mulai dari filter yang dapat digunakan agar dengan mudah menemukan kategori barang. Terdapat juga beberapa pilihan kurir dengan tarif pengiriman barang sehingga pembeli lebih mudah untuk membandingkan dan menentukan jasa pengiriman barang. Untuk pembayaran pesanan terdapat banyak pilihan metode pembayaran, dan juga akan otomatis tertera faktur pembayaran apabila transaksi telah berhasil, terdapat juga fitur pelacakan pesanan yang akan mempermudah pembeli untuk mengetahui posisi produk yang telah dibeli ataupun dikirim. Selain itu sebelum melakukan pembelian, informasi mengenai produk juga tertera dengan jelas sehingga mempermudah pembeli untuk mengetahui tentang produk yang akan dibelinya. Transaksi pembelian menggunakan *e-commerce* dapat dilakukan kapan saja.

Salah satu *e-commerce* yang didukung oleh teknologi seperti yang dijelaskan di atas adalah Tokopedia. Sebenarnya banyak aplikasi *e-commerce* yang telah digunakan oleh masyarakat Indonesia, Tokopedia menjadi salah satu *e-commerce* yang sangat populer. Menurut data yang didapatkan dari Iprice, Tokopedia saat ini menempati posisi ke-2 dengan pengunjung perbulannya mencapai 86.103.300 pada kuartal dua di tahun 2020. Tokopedia juga menyediakan layanan untuk pembayaran tagihan, pembayaran listrik, pembelian pulsa dan paket data, uang elektronik dan berbagai fitur layanan lainnya.

Namun pada kenyataannya selain banyak keunggulan dan fitur-fitur layanan yang tersedia tentunya ada beberapa risiko yang akan dihadapi oleh para

pembeli yang menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti, kesalahan pengiriman produk, dan yang akhir-akhir ini terjadi adalah kebocoran data di beberapa *e-commerce*, Tokopedia salah satunya yang terkena dampak tersebut. Karena dalam melakukan transaksi pembelian menggunakan *e-commerce* tentunya kita akan memasukkan identitas diri seperti nama, alamat, dan nomor telepon. Hal tersebut tentu akan berisiko apabila terjadi kebocoran data yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Menurut fenomena yang telah ditulis dan dijelaskan di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar faktor yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan suatu teknologi pada sistem aplikasi *e-commerce* Tokopedia. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori TAM atau singkatan dari *Technology Acceptance Model*. TAM diperkenalkan oleh Davis *et al.* (1989) dalam model ini memiliki asumsi bahwa variabel persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan juga variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) nantinya akan menjadi dasar dalam mempengaruhi perilaku dari seorang pengguna teknologi dan tingkat penerimaannya terhadap suatu teknologi informasi (Pratama dan Suputra, 2019). Dalam penelitian ini faktor-faktor yang akan digunakan adalah persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan persepsi risiko.

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019). Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah terletak pada sampel penelitian, objek, dan variabel. Objek pada penelitian sebelumnya adalah uang elektronik sedangkan pada penelitian ini menggunakan objek penelitian *e-commerce* Tokopedia, dan terdapat penambahan variabel independen yaitu persepsi risiko. Persepsi risiko yang ditambahkan pada penelitian ini berasal dari penelitian Priambodo dan Prabawani (2016). Pada penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019), sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Udayana reguler sore pada angkatan tahun 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan sampel

pengguna *e-commerce* Tokopedia di Kota Madiun yang melakukan transaksi pembelian. Peneliti mengambil sampel tersebut karena menurut data yang didapatkan dari sirelo.com transaksi pembelian menggunakan *e-commerce* pada tahun 2020 mengalami peningkatan hingga 98,3 juta transaksi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel dari penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Pratama dan Suputra (2019), yaitu variabel persepsi kebermanfaatan, variabel persepsi kemudahan penggunaan, dan variabel tingkat kepercayaan, dimana variabel persepsi kebermanfaatan dan variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah dua konstruk utama dari teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Kemudian peneliti menambahkan variabel persepsi risiko pada penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang diambil peneliti untuk penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *E-commerce* Tokopedia di Kota Madiun”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia?
3. Apakah tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia?
4. Apakah persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut,

1. Membuktikan pengaruh dari persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia.
2. Membuktikan pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia.

3. Membuktikan pengaruh dari tingkat kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia.
4. Membuktikan pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya dalam hal minat menggunakan *e-commerce* Tokopedia, dimana minat tersebut dapat dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan persepsi risiko bagi pihak-pihak yang membutuhkannya dalam penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menambahkan informasi dan juga saran kepada perusahaan penerbit *e-commerce* Tokopedia untuk meningkatkan sistem *e-commerce* Tokopedia sehingga dapat lebih meningkatkan minat dari pembeli yang menggunakan *e-commerce* Tokopedia.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian BAB 1 berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat-manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian BAB 2 berisi tinjauan pustaka yang di dalamnya membahas tentang teori-teori yang dijadikan landasan pada penelitian ini, penelitian-penelitian terdahulu, hipotesis-hipotesis dari penelitian, dan model yang digunakan untuk penelitian ini serta kerangka konseptualnya.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bagian BAB 3 berisi desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel-variabel penelitian, jenis serta sumber data yang akan di ambil, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, populasi dan sampel yang diteliti beserta cara pengambilan sampel, dan analisa data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian BAB 4 berisi tentang data-data penelitian, hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bagian BAB 5 berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran bagi penelitian selanjutnya.