

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informatika dalam dunia bisnis pada era industri 4.0 saat ini sangatlah pesat. Hal ini dibuktikan dengan adanya penggunaan internet untuk aktifitas transaksi bisnis yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)* atau perdagangan elektronik yang terdiri dari transaksi antara kedua belah pihak dengan melakukan pertukaran barang dan jasa dalam proses transaksi *online* (Kusuma dan Sari, 2012).

Salah satu kalangan yang sebagian besar sering melakukan transaksi jual beli secara elektronik melalui berbagai aplikasi jual beli *online* yaitu kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan karena mahasiswa banyak mendapatkan berbagai keuntungan/manfaat jika melakukan jual beli *online* menggunakan aplikasi tertentu antara lain waktu bertransaksi menjadi lebih singkat, dapat melakukan transaksi di manapun dan kapanpun (Nurfiyah dkk., 2019).

Aplikasi *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa yang termasuk dalam kalangan milineal adalah aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee disukai dan digunakan oleh banyak mahasiswa dan kalangan milineal yang berumur 19-24 tahun karena mempunyai banyak produk yang menarik dan tawaran harga yang lebih kompetitif dibandingkan aplikasi *e-commerce* lainnya, serta fitur-fitur di aplikasi Shopee lebih interaktif dan selalu ada tema baru pada setiap momen. Selain itu, Shopee juga terus melengkapi platformnya dengan berbagai macam fitur yang memperpanjang *time spent*-nya dan *engagement* di dalam aplikasinya sehingga menjadikan daya tarik tersendiri untuk penggunaannya (Catriana, 2020).

Mahasiswa pengguna rata-rata menghabiskan 6 menit 12 detik ketika mengunjungi aplikasi Shopee. Aplikasi Shopee paling banyak diakses melalui mobile sebanyak 72,4% dan desktop 21,3%. Selain itu, platform belanja online yang identik dengan warna oranye ini berada di peringkat kedua dengan *traffic share* sebesar 29,78% serta jumlah pengunjung bulanan sebanyak 120 juta (Astutik, 2021).

Adanya fenomena penggunaan aplikasi Shopee oleh mahasiswa melalui telpon genggam (*mobile*) sebesar 72,4%, dan laptop sebesar 21,3%, maka perlu dilakukan penelitian mengenai penerimaan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Shopee dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan salah satu teori yang paling umum digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan teknologi baru oleh individu. TAM merupakan model pendekatan untuk mengetahui korelasi antara seseorang dengan penerimaan teknologi melalui keterkaitan kausalitas antar variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, dan niat penggunaan (Davis dkk., 1989).

Penelitian sebelumnya yang relevan dengan perilaku penerimaan teknologi baru oleh individu menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu riset dari Suprawan (2017) yang menemukan bahwa terdapat efek signifikan dari variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan maupun minat penggunaan facebook live, serta sikap penggunaan memediasi pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan facebook live.

Penelitian pendukung selanjutnya dari Nuriyah dkk. (2019) yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap berefek signifikan terhadap penerimaan/niat pemakaian aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa, sehingga dapat

disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan niat pemakaian aplikasi Shopee saling berpengaruh signifikan.

Penelitian terdahulu lainnya yang relevan dilakukan oleh Setyawati (2020) yang hasil risetnya menyimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan berefek pada sikap pemakaian, variabel persepsi kemudahan penggunaan berefek pada sikap penggunaan, variabel sikap penggunaan berefek pada niat penggunaan, variabel persepsi kebermanfaatan berefek pada niat penggunaan, variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat penggunaan, variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan pemakaian berpengaruh terhadap sikap penggunaan, variabel persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan berefek pada niat penggunaan.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah maupun penelitian terdahulu yang relevan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Analisis *Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi Shopee di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee melalui *attitude towards using*?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee melalui *attitude towards using*?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam riset ini antara lain:

1. Teori utama (*grand theory*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis dkk. (1989) yang menjelaskan keterkaitan kausalitas (sebab akibat) antar variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude towards using*, dan *intention to use*.
2. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi yaitu mengulang penelitian yang sudah ada sebelumnya dari Davis dkk. (1989) yang berjudul “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology” dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda, namun seluruh variabel yang digunakan sama dengan penelitian sebelumnya.
3. Objek yang diteliti adalah aplikasi perdagangan elektronik Shopee.
4. Subjek penelitiannya ialah mahasiswa program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan aplikasi Shopee.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee.
2. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee.
3. Menguji pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee melalui *attitude towards using*.
4. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada aplikasi Shopee melalui *attitude towards using*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta kajian terbaru dalam bidang manajemen mengenai keterkaitan kausalitas (sebab akibat) antar variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude towards using*, dan *intention to use*.

2. Manfaat praktik

a. Untuk Peneliti

Hasil riset ini dapat menjadi salah satu penguasaan wawasan dan pengetahuan untuk peneliti mengenai penggunaan aplikasi Shopee oleh Mahasiswa Prodi Manajemen UMY memakai teori TAM

b. Untuk Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat menambah koleksi pustaka khususnya tentang penggunaan aplikasi Shopee pada Mahasiswa Prodi Manajemen UMY memakai teori TAM.

c. Untuk Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dipakai untuk bacaan atau referensi untuk periset berikutnya apabila mau meriset dengan memakai topik yang sama tentang TAM.

F. Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II

Bab ini berisi landasan teori dari variabel yang diteliti yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude towards using*, dan *intention to use*; beserta indikatornya masing-masing, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta model penelitian.

BAB III

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, teknik analisis data meliputi analisis deskriptif, dan analisis kuantitatif yang terdiri dari model pengukuran yang berisi uji validitas dan uji reliabilitas instrumen, serta model struktural atau pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji R square dan uji t.

BAB IV

Pada bab ini membahas tentang hasil dari analisis data yang telah dilakukan serta menginterpretasikan hasil tersebut, serta membuktikan hipotesis penelitian ditolak atau diterima.

BAB V

Bab ini merupakan bab terakhir atau penutup yang berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi, serta saran-saran untuk pihak terkait.