

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman yang semakin maju ini, pemanfaatan *internet* untuk mendukung promosi atau periklanan telah menjadi sangat populer. Ribuan perusahaan telah memanfaatkan *internet* untuk menginformasikan profil perusahaan dan produk-produknya. Bahkan kecenderungan tersebut semakin meningkat tidak hanya terbatas sebagai sarana promosi dan publikasi saja, tetapi sudah banyak mengubah strategi perusahaan untuk bisnisnya. Keberadaan *internet* saat ini memberikan keuntungan secara langsung maupun tidak langsung kepada dunia bisnis dari skala kecil hingga skala besar. Dengan adanya fasilitas *internet*, data bisa disimpan, diambil, dan dikirimkan secara mudah ke seluruh penjuru dunia dengan berbagai cara.

Internet sejak tahun 1990-an telah muncul sebagai alternatif teknologi yang paling revolusioner. Pada awalnya *internet* hanya dipergunakan untuk komunikasi internal Pentagon, Departemen Pertahanan AS. Dalam perkembangannya, telah ditemukan teknologi *World Wide Web (WWW)*, *internet* kemudian menjadi sarana perdagangan elektronik (*electronic commerce*), (Andi dan Wahana Komputer, 2003:162). Dengan kemampuan *website* yang bisa mengintegrasikan teks, citra gambar baik yang bergerak maupun diam, suara, atau gabungan ketiganya maka tampilan *WWW* menjadi sangat menarik dan

informatif. Kemampuan inilah yang kemudian dipergunakan perusahaan maupun individu yang ingin berbisnis dengan menggunakan *website*.

Ada bermacam-macam alasan perusahaan maupun pebisnis memilih *internet* sebagai sarana untuk mengiklankan produknya. Di antaranya pemasangan iklan di *internet* tergolong murah dan dapat menjangkau pasar global, serta kemampuan *website* yang memungkinkan setiap orang dapat *online* selama 24 jam sehari dengan menggunakan program *browser* yang berfungsi untuk melihat-lihat situs *website* yang ada diseluruh penjuru dunia. Promosi yang dilakukan dengan cara menawarkan produk pada situs *website* inilah yang sering dikunjungi oleh pengguna *internet*. Seperti halnya media tradisional, orang yang melakukan promosi mendapatkan keuntungan dari banyaknya kunjungan ke situs *website* tempat promosi dilakukan. Bila pengunjung tertarik pada gambar yang ditampilkan pada *banner* iklan, maka diharapkan pengunjung situs tersebut akan merespon dengan mengklik *banner* dan *surfing* pada *website* perusahaan maupun pebisnis yang memasang iklan, (Ward Hanson, 2000:96).

TVRI Yogyakarta yang berada di Jl.Raya - Magelang km 4 merupakan suatu instansi yang bergerak di bidang pertelevisian lokal. Instansi ini mempunyai bisnis sampingan yaitu dengan menyelenggarakan otobursa TVRI. Otobursa TVRI merupakan kegiatan penjualan mobil-mobil yang diselenggarakan di sekitar halaman gedung TVRI Yogyakarta pada setiap hari Ahad pagi. Penjualan mobil ini didominasi oleh warga Yogyakarta sendiri, namun penjual mobil dari luar kota pun banyak yang berpartisipasi dalam kegiatan ini. Di otobursa TVRI terdapat

bermacam-macam jenis, tipe, harga mobil, baik yang *second* maupun baru. Ada juga stand-stand yang menjual mobil dan motor baru, baik secara cash maupun kredit. Bahkan Otobursa TVRI ini bekerjasama dengan pihak Kredit Mobil OTO yang membantu dalam transaksi pembelian kredit untuk mobil yang dijual di Otobursa TVRI.

Kegiatan Otobursa TVRI tersebut dimulai dari pukul 7 pagi hingga setengah 5 sore setiap hari Ahad di lingkungan gedung TVRI. Namun apabila mobil tidak laku hari itu juga, pihak Otobursa TVRI bersedia memasang iklan mobil tersebut di *website* Otobursa TVRI (www.otobursatvri.com) secara gratis selama 1 minggu sejak dipasangnya iklan tersebut. Hal tersebut dapat menarik minat para penjual mobil untuk ikut berpartisipasi menjual mobilnya di otobursa TVRI, sehingga keuntungan tersebut sedikit memberi angin segar bagi penjual mobil yang ikut berpartisipasi di dalam Otobursa TVRI, terutama bagi mereka yang mobilnya tidak dapat terjual hari itu juga.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMANFAATAN *WEBSITE* OTOBURSA TVRI”.

B. Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Subjek yang diteliti di *website* Otobursa TVRI hanya terbatas kepada peserta kegiatan Otobursa TVRI.
2. *Website* Otobursa TVRI yang diteliti hanya terbatas pada fungsinya sebagai media iklan.

C. Perumusan Masalah Penelitian

Mengacu pada fenomena yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini, dapat dirumuskan permasalahan yang selanjutnya akan penulis bahas, antara lain :

1. Apakah ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan *website* Otobursa TVRI?
2. Apakah ekspektasi usaha mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan *website* Otobursa TVRI?
3. Apakah faktor sosial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pemanfaatan *website* Otobursa TVRI?

D. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat pemakaian *website* Otobursa TVRI.
2. Menganalisis pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat pemakaian *website* Otobursa TVRI.
3. Menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap minat pemakaian *website* Otobursa TVRI.

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai penerapan teori-teori ekonomi di lapangan yang telah didapatkan di bangku kuliah, terutama yang berkaitan dengan konsentrasi Sistem Informasi Manajemen.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak penyelenggara otobursa TVRI untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor eksternal dalam minat pemanfaatan *website* Otobursa TVRI, terutama dari segi faktor ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial yang dapat berpengaruh terhadap minat pemanfaatan *website* Otobursa TVRI.

3. Manfaat Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian dimasa yang akan datang sehingga masih perlu untuk lebih dapat dikembangkan.