

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman yang sangat modern ini, teknologi informasi tidak hanya digunakan manusia untuk kepentingan individu, melainkan juga untuk kepentingan bisnis sehingga menawarkan potensial yang substansial bagi organisasi untuk meningkatkan kinerjanya. Dimana, teknologi informasi adalah semua teknologi yang berhubungan dengan pengambilan, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penyebaran dan penyajian informasi. Teknologi informasi juga meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi melalui kecepatan pemrosesan, konsistensi dan kehandalan dalam menangani aktivitas-aktivitas organisasi. Kemajuan teknologi informasi membawa perubahan dalam perkembangan dunia bisnis modern termasuk dalam *E-Commerce*. Salah satu penerapan aplikasi *E-Commerce* adalah jasa reservasi tiket pesawat terbang secara *online* (*E-Ticketing*) dengan menggunakan jaringan internet. *E-Ticketing* merupakan suatu cara mendokumentasikan proses penjualan dari aktivitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket* dalam penggunaan sistem *E-Ticketing* di *website* AirAsia.

AirAsia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penerbangan yang menggunakan internet (*online*) untuk kegiatan pemasaran dan penjualan tiket (*E-Ticketing*) melalui *website* (www.airasia.com). Tujuan utama diterapkan *E-Ticketing* adalah untuk mempermudah konsumen dalam melakukan reservasi tiket pesawat tanpa harus mendatangi kantor penjualan tiket penerbangan bahkan konsumen dapat melakukan reservasi untuk hotel dan berbagai paket menarik yang ditawarkan oleh www.airasia.com, tetapi tidak semua konsumen mau menggunakan *website* AirAsia untuk melakukan pemesanan tiket online, bahkan konsumen lebih memilih membeli tiket pesawat melalui travel. Hal tersebut disebabkan masih ada konsumen yang takut akan adanya penipuan dalam

bertransaksi, dimana konsumen telah melakukan pembayaran *E-Ticketing*, namun *E-Ticketing* belum terkirim ke *email* konsumen, serta adanya kekhawatiran konsumen mengenai jaminan keamanan atas kode-kode kartu kredit, atm, dan lain-lain setelah pembayaran bertransaksi, sehingga sangat mempengaruhi minat pemanfaatan pada *website E-Ticketing AirAsia*. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dipilih sebagai kerangka teori penelitian untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat pemanfaatan sistem *E-Ticketing AirAsia*. Penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan variabel moderasi disebabkan menggunakan variabel yang telah dimodifikasi agar sesuai dengan karakteristik penelitian. Dimana, model UTAUT menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap minat pemanfaatan (*behavioral intention*), maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem *E-Ticketing AirAsia*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan model tersebut, maka rumusan masalah yang akan diuraikan adalah: Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap minat pemanfaatan (*behavioral intention*) sistem *E-Ticketing* pada *website AirAsia*?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian antara lain:

- a. Variabel Dependen: minat pemanfaatan (*behavioral intention*).
- b. Variabel Independen: ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*).
- c. Objek: konsumen yang melakukan pembelian tiket pesawat AirAsia secara *online*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut adapun tujuan dari penelitian adalah: Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap minat pemanfaatan (*behavioral intention*) sistem *E-Ticketing* pada *website* AirAsia.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai kesamaan dengan tema penelitian yang diajukan yaitu analisis dengan menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).
2. Sebagai masukan bagi pemilik sistem AirAsia untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan *website* AirAsia dikemudian hari.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL