

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menimbulkan sebuah pemikiran baru bagi pelaku bisnis, terutama dalam mengatasi rintangan ruang dan waktu yang selama ini menjadi masalah pada sistem pemasaran. Kehadiran teknologi internet yang memberi manfaat komunikasi tanpa batasan membuat pengguna internet akan mudah dalam memperbesar jaringan pemasaran sebuah produk. Penggunaan internet tidak hanya di gunakan untuk mencari informasi, komunikasi global, dan publikasi, tetapi juga digunakan sebagai sarana transaksi ekonomi yang lebih di kenal dengan *e-commerce* [1]. Di zaman sekarang telah bermunculan banyak situs *e-commerce* yang menawarkan berbagai macam produk kebutuhan manusia, menyebabkan semakin banyak orang yang tertarik membeli barang secara *online*. Ketertarikan penggunaan teknologi dikaitkan dengan *Perceived Ease Of Use (PEOU)* dan *Perceived Usefulness (PU)* yang dimana menjadi aspek penting bagi seseorang untuk dapat menerima teknologi informasi tersebut [5]. Salah satu situs internet di Indonesia yang menerapkan konsep *e-commerce* adalah Kaskus.

Kaskus adalah forum diskusi & jual beli terbesar di Indonesia. Dimana jutaan orang menggunakan kaskus untuk mencari informasi, pengetahuan, bergabung dengan komunitas baru, hingga jual beli segala jenis barang dan jasa dengan harga terbaik [2]. Berdasarkan statistik yang diambil dari situs alexa.com, pada 10 Mei 2016 kaskus menempati urutan website ke 319 yang paling sering dikunjungi di dunia. Di Indonesia sendiri kaskus menempati urutan ke 9 (sembilan) yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet [3].

Dalam penelitian ini, penulis ingin meneliti apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus yang berlandaskan pada teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis. Dimana TAM berfokus pada sikap pemakai teknologi informasi yang berdasarkan pada *Perceived Ease Of Use (PEOU)* dan *Perceived Usefulness (PU)* terhadap pemakaian teknologi informasi [5]. Hal ini membuat penulis ingin meneliti.

Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived Ease Of Use (PEOU)* dan *Perceived Usefulness (PU)* terhadap *Behavioral Intention to Use (BITU)* melalui *Attitude Toward Using (ATT)* pada pengguna Forum Jual Beli Kaskus.

Penelitian terhadap penerimaan teknologi informasi sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya namun menggunakan model penelitian dan sampel yang berbeda atau menggunakan model penelitian yang sama dengan sampel yang berbeda. Namun menghasilkan hasil penelitian yang berbeda. Dengan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi pokok permasalahannya sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *PEOU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus?
- c. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *PEOU* dan *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus?
- d. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *ATT* terhadap *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat, maka peneliti membatasi penelitiannya hanya sebatas pada *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus. Dimana dikaitkan dengan faktor yang dianggap penting untuk diteliti, yaitu *PEOU*, *PU*, dan *ATT*. Faktor yang dianggap penting dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok :

1. Kelompok I
 Variabel Bebas : *PEOU* dan *PU*
 Variabel Terikat : *ATT*
2. Kelompok II
 Variabel Bebas : *ATT*
 Variabel Terikat : *BITU*

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara *PEOU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.
- b. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.
- c. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara *PEOU* dan *PU* terhadap *ATT* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.
- d. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara *ATT* terhadap *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada pengguna Kaskus.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis, Dimana peneliti berharap penelitian yang dilakukan dapat memperluas wawasan pembaca serta diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak Kaskus mengenai pengaruh *PEOU*, *PU* dan *ATT* terhadap *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus sehingga Kaskus dapat selalu menjadi Forum Jual Beli yang terdepan.
2. Manfaat Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi

Mahasiswa dilingkungan Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Mikroskil Medan dan juga sumbangan pemikiran bagi pengembangan teori dalam sistem informasi khususnya yang mempengaruhi *BITU* dalam menggunakan *e-commerce* pada Forum Jual Beli Kaskus.

