

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Sistem Informasi dewasa ini sangat pesat, sehingga memberikan banyak kemudahan dalam suatu organisasi. Dengan menggunakan Sistem Informasi berbasis komputer, maka proses bisnis maupun transaksi dapat berjalan dengan lebih cepat dan efisien. Akan tetapi, apakah sistem yang sudah disediakan meningkatkan minat para penggunanya? Ataukah malah menurunkan minat pengguna? Jika sistem tidak menyediakan informasi yang dibutuhkan maka para pengguna akan mengalami kekecewaan dan mencari alternatif lain. Hal ini berpengaruh pada minat menggunakan SI dalam perusahaan yang menggunakan sistem tersebut.

Penelitian ini menggunakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*). TAM memberikan teori bahwa pengguna cenderung menggunakan suatu sistem apabila sistem tersebut mudah digunakan dan memiliki manfaat bagi penggunanya. Konsep TAM dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of reasoned action*, TRA) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). TAM menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan efisien untuk dapat menguji perilaku penerimaan dan penggunaan SI oleh pemakai (Davis, 1989; Davis et al., 1989). Dalam TAM, penerimaan pemakai SI ditentukan oleh dua faktor kunci yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Dua faktor tersebut memberikan gambaran bahwa apabila SI mudah digunakan dan pengguna pun mendapatkan manfaat, maka pemakai akan cenderung menggunakan SI tersebut. [1].

Penelitian yang mereplikasi model TAM cukup banyak dilakukan oleh para peneliti di Indonesia. Sebagian besar hasil penelitian mengkonfirmasi teori yang diperkenalkan oleh Davis ini, sementara beberapa penelitian lainnya memiliki hasil penelitian yang berbeda. Beberapa penelitian yang mendukung diantaranya penelitian Fitri Imandari (2013) dan Achmat Zainuri (2015) yang meneliti hubungan antara variabel manfaat dan variabel kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan sistem informasi. Asri Mulyani (2015) juga meneliti hubungan antara

variabel kegunaan dan variabel kemudahan terhadap sikap penggunaan dan minat menggunakan sistem informasi. Ketiga peneliti tersebut mengkonfirmasi model Davis dengan hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Sedangkan penelitian yang berbeda dengan hasil penelitian Davis diantaranya penelitian Eko Hariadi (2013) yang meneliti tentang niat penggunaan *e-commerce* di Indonesia. Hasil penelitian ini ternyata menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh atau keterkaitan antara persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap niat menggunakan *e-commerce* (*behavioral intention to use*). Feronica Mayasari (2011) juga mengemukakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap intensi perilaku (BI). Sementara itu, Nurul Bahiyah (2013) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat pemanfaatan sistem informasi. Hal ini menyebabkan terjadinya kesenjangan antara penelitian yang dilakukan Davis dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, sehingga hasil penelitian tersebut menjadi tidak stabil.

Melihat belum konsistennya hasil penelitian model TAM di Indonesia, penulis tertarik untuk melakukan penelitian replikasi model TAM dengan objek sistem informasi penjualan “Amway mstore” dengan mengambil judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Penjualan pada PT Amindoway Jaya Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah manfaat yang dirasakan oleh pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi penjualan “Amway mstore” pada PT Amindoway Jaya Medan ?
2. Apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi penjualan “Amway mstore” PT Amindoway Jaya Medan ?

3. Apakah manfaat dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan sistem informasi penjualan “Amway mstore” PT Amindoway Jaya Medan ?

1.3 Ruang Lingkup

- Subjek penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan PT. Amindoway Jaya yang menggunakan sistem informasi penjualan “Amway mstore” secara aktif yang berdomisili di kota Medan.
- Penelitian ini hanya membahas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menggunakan sistem. Variabel terikatnya yaitu minat menggunakan sistem informasi penjualan “Amway mstore”.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan SI penjualan “Amway mstore”
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan SI penjualan “Amway mstore”
3. Untuk mengetahui hubungan antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan SI penjualan “Amway mstore”

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi bagi individu atau kelompok. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan khususnya para pelanggan PT. Amindoway Jaya Medan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan sistem informasi pada perusahaan.

