

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan *Smart Home* merupakan hasil dari kemajuan teknologi yang bertujuan membantu manusia dalam mengelola aktivitas dengan menggunakan peralatan elektronik[1]. *Internet of Things* (IoT) memungkinkan setiap objek dan perangkat yang terhubung dalam suatu sistem yang terintegrasi menggunakan jaringan internet sebagai penghubung. Penggunaan teknologi IoT pada restoran dapat meningkatkan efisiensi, pengalaman pengguna, dan kepuasan pelanggan. Namun, penggunaan teknologi IoT pada restoran tidak selalu berjalan lancar. Restoran ini harus menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Mereka harus menarik pelanggan dengan menawarkan pengalaman yang inovatif dan modern, serta meningkatkan tingkat kinerja mereka untuk mengurangi biaya dan meningkatkan ketertarikan pada pelanggan[2].

Proses bisnis pada restoran ini mencakup proses pemesanan dan persiapan bahan baku, pelayanan pelanggan yang disajikan dengan cepat sesuai dengan pesanan, pengelolaan persediaan, proses pelayanan, dan interaksi antara pelanggan dan karyawan. Salah satu hal yang membedakan restoran *Shao Kao* dari restoran lain adalah penerapan teknologi *smart home* berbasis IoT dalam operasional mereka. Restoran *Shao Kao* menggunakan sistem digital untuk pembayaran seperti QRIS dan absensi sidik jari karyawan, tetapi masih menggunakan pemesanan manual dan pembayaran *cash*.

Dalam penelitian ini, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi model penelitian yang digunakan untuk menganalisis pengalaman pengguna pada perkembangan teknologi dan untuk dapat mengetahui persepsi pengguna terhadap teknologi *Smart Home* yang berbasis IoT. Alasan memilih TAM yaitu untuk memahami kebutuhan pengguna dengan merancang teknologi tersebut dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pengguna dan tetap memastikan bahwa teknologi itu dapat diterima dengan baik oleh pengguna tersebut[3]. *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan suatu penjelasan yang kuat dan juga sederhana terhadap penerimaan teknologi dan perilaku para pengguna. TAM yang akan digunakan berfokus pada *Perceived Usefulness* atau persepsi manfaat penggunaan terhadap suatu teknologi yang digunakan, *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan penggunaan, dan *Actual System Use* yang berdasarkan persepsi responden pengguna. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data dan menggunakan data

primer (kuesioner dan wawancara). Keunggulan TAM yaitu dapat menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu perkembangan teknologi berbasis IoT[4].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Budi Santoso, Edwin Zusrony menyatakan bahwa Persepsi Pengguna Aplikasi *Payment* Berbasis *Fintech* berpengaruh positif dan memberikan kemudahan terhadap pengguna aplikasi tersebut[5]. Penelitian dari Ade Christian menunjukkan hasil bahwa para pengguna *Inventory System* dapat merasakan penggunaan yang cukup baik dan juga berguna bagi para pengguna yang jika disimpulkan *Inventory System* ini berpengaruh positif signifikan terhadap variabel sikap pengguna. Variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penerimaan IT[6]. Penelitian dari Apay Safari, Anti Riyani menunjukkan hasil bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* dengan koefisien jalur sebesar berpengaruh terhadap minat[7]. Penelitian dari Edy Susanto, Nurinayah Jimad menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel persepsi kegunaan, kemudahan, dan sikap terhadap penggunaan *e-filling* wajib pajak orang pribadi di kantor pelayanan pajak (KPPP)[8].

Penelitian dari Idria Maita, Sayogi Majid menunjukkan hasil variabel PU (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ACC (*Acceptance of IT*), PU memiliki pengaruh dominan terhadap penerimaan sistem *E-Learning*. Hipotesis pada responden mahasiswa dan dosen diterima dan berpengaruh positif terhadap penerimaan sistem *E-Learning*[9]. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis penggunaan IoT (*Internet of Things*) di restoran *Shao Kao* dengan judul tugas akhir “ANALISIS PENGALAMAN PENGGUNA DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI *SMART HOME* BERBASIS IoT PADA RESTORAN *SHAO KAO*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka terdapat rumusan masalah pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?

2. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?
3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?
4. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?
5. Apakah terdapat pengaruh antara sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*) terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?
6. Apakah terdapat pengaruh antara minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) terhadap penggunaan nyata atau aktual (*Actual System Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*?

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diberikan diatas, maka terdapat tujuan pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.

6. Untuk mengetahui pengaruh antara minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*) terhadap penggunaan nyata atau aktual (*Actual System Use*) pada teknologi *Smart Home* berbasis IoT di Restoran *Shao Kao*.

#### 1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah didapatkan diatas, maka terdapat manfaat pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kenyamanan serta kemudahan pada setiap pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian, atau pemesanan, dan pembayaran pada Restoran yang berbasis IoT.
2. Memberikan manfaat dari penggunaan metode TAM terhadap pelanggan Restoran Shao Kao.

#### 1.5 Ruang Lingkup

Berdasarkan manfaat yang telah didapatkan diatas, maka terdapat ruang lingkup pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dari Model Penerimaan Teknologi TAM (*Technology Acceptance Model*) sebagai acuan utama.
2. Variabel Penelitian :
  - a. Variabel Independen. : Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*)
  - b. Variabel Dependen. : Penggunaan nyata atau aktual (*Actual System Use*), sikap terhadap penggunaan (*Attitudes Towards Using*), minat pengguna (*Behavioral Intention to Use*)
3. Populasi penelitian ini adalah para pelanggan Restoran *Shao Kao* kota Medan.
4. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 400 orang pelanggan Restoran *Shao Kao* kota Medan yang pernah menggunakan teknologi *Smart Home* berbasis IoT di restoran tersebut.
5. Teknik Sampling yang digunakan adalah simple random sampling.
6. Rumus responden yang akan digunakan yaitu *lemeshow*.
7. Alat yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini yaitu aplikasi SPSS.
8. Tools pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dirancang menggunakan *Google Form*.