BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lazada adalah salah satu website yang dikenal sebagai *The Fastest Growing E-Commerce*, dimana dalam jangka waktu satu tahun sejak didirikan pada Maret 2012 dengan alamat http://www/lazada.co.id sudah dapat menjadi salah satu *website* jual beli terbesar di Indonesia. Lazada sendiri merupakan cabang anak perusahaan jaringan asal Jerman yang berpusat di Berlin dan dikenal sebagai Rocket Internet. Lazada menjual berbagai macam produk, mulai dari pakaian, barang elektronik, peralatan rumah tangga, kesehatan, dan lain sebagainya. Lazada juga menyediakan berbagai macam produk tersedia, banyaknya diskon yang menarik, bebas ongkos kirim, pengiriman barang yang cepat, dimana hal-hal tersebut menjadi daya tarik bagi para pelanggan yang dimiliki Lazada. Lazada memiliki sebuah fitur yang memungkinkan setiap pelaku bisnis untuk dapat bekerja sama, jadi pelaku bisnis dapat meletakkan bisnisnya di Lazada. Sehingga setiap barang yang ada di Lazada merupakan barang dari pihak ketiga.

Lazada sendiri telah banyak di kenal orang, hal ini dibuktikan melalui banyaknya orang sejumlah 190.044 yang menyukai *fanspage* Lazada di Facebook (Facebook, 2012). Dan juga banyaknya *followers* Lazada di Twitter sebanyak 68.000 (Anon., 2012). Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak pengunjung dari website lazada yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan, contohnya beberapa pelanggan menuliskan kesan-kesan selama menggunakan Lazada.

Beberapa pengguna Lazada memberikan pesan kesan mereka setelah melakukan pembelian. Ada yang mengatakan bahwa informasi barang yang ada pada Lazada tidak sesuai dengan barang yang diterima, ada yang kecewa karena waktu pengiriman sangat lama, juga ada pengguna yang merasa kecewa karena lamanya proses konfirmasi pembayaran dari pihak Lazada. Beberapa pengguna

Lazada memberikan pesan positif setelah menggunakan Lazada. Pengguna mengatakan bahwa belanja di Lazada lebih nyaman karena banyak promo dan barang di Lazada lebih murah.

Pengguna lain mengatakan bahwa pengiriman di Lazada cepat dan sesuai dengan informasi yang tersedia dan Lazada mempunyai fasilitas COD (*Cash On Delivery*) yang membuat pengguna nyaman, karena barang di antarkan langsung oleh kurir. Dengan adanya beberapa pendapat dari pengguna Lazada tersebut, pengguna yang sudah pernah membeli di Lazada ingin membeli kembali, tetapi ada juga yang merasa takut kecewa, dan sebagainya. Dengan adanya beberapa pendapat dari pengguna Lazada tersebut, pengguna yang sudah pernah membeli di Lazada ingin membeli kembali, tetapi ada juga yang merasa takut kecewa, dan sebagainya.

Dari beberapa pendapat pengguna, lebih banyak yang memberikan pendapat negatif dari pendapat positif, dengan pendapat pengguna yang lebih banyak memberikan pesan negatif terhadap Lazada, maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui faktor penerimaan teknologi informasi yang mempengaruhi penerimaan dari suatu pengguna teknologi informasi serta keterkaitan antar setiap faktor.

Perceived ease of use dan perceived usefulness merupakan faktor yang berperan penting dalam mengukur penerimaan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi informasi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 dengan variabel awal *perceived usefulness, external variabel, perceived oase of use, attitude, intention to use* dan *actual system use* merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi (Siregar, 2011).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalahnya.

1. Bagaimana mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada Lazada, sehingga pengguna merasa tertarik dalam berbelanja di Lazada.
2. Bagaimana mengetahui hubungan antar setiap faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna di Lazada dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud

Maksud dari penelitian ini yakni untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna dalam menggunakan *website* Lazada dengan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.3.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna pada Lazada, sehingga pengguna merasa tertarik dalam berbelanja di Lazada.
2. Untuk mengetahui hubungan antar setiap faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna di Lazada dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.4 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan perlu dibatasi masalah yang akan dibahasnya, agar dalam penelitian dapat lebih terarah, batasan masalah diantaranya :

1. Model yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang di kenalkan oleh Pavlou.
2. Subjek penelitian dilakukan di Bandung dan responden yang akan diambil merupakan orang yang sudah pernah melakukan transaksi pada website Lazada dan akan di ambil sampel sebanyak 200 orang.
3. Objek penelitian adalah Lazada Indonesia (http://lazada.co.id)
4. Uji statistik di lakukan dengan metode *Structural Equation Model* (SEM) dalam memodelkan hubungan antar beberapa variabel.
5. Pengolahan data kuisioner berupa uji validitas dan reliabilitas, pembuatan grafik menggunakan *software* SPSS 16.
6. Teknik yang di gunakan untuk menganalisis faktor-faktor pada penelitian ini menggunakan *software* amos 18.
7. Variabel penelitian yang dipakai yaitu *satisfaction with past transaction*, *trust, perceived risk, perceived usefulness*, *perceived ease of use, intention to transact* dan *actual transaction*.

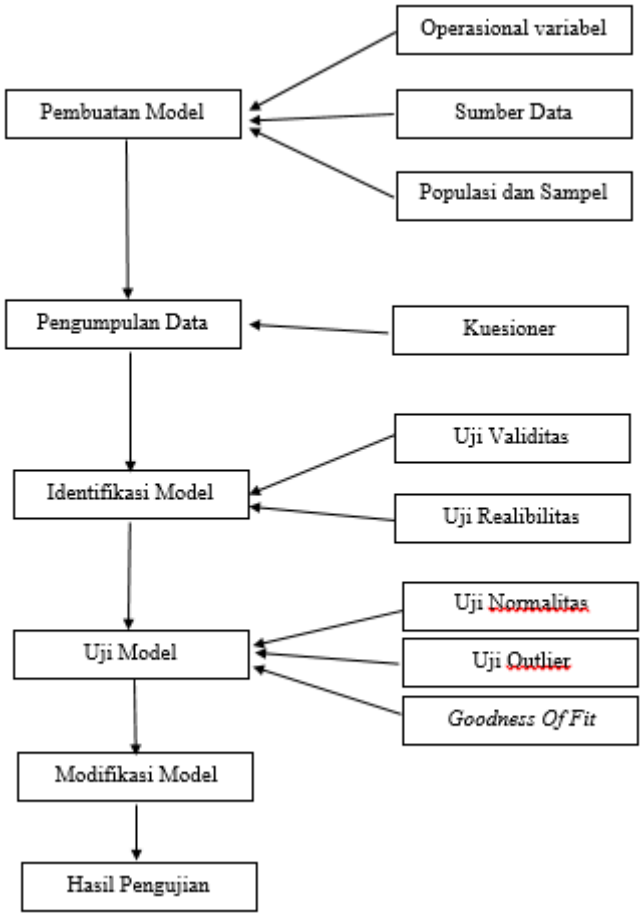
1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah metodologi kuantitatif dimaan penelitian dilakukan secara sistematis. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi.

1.5.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei, dimana metode survei digunakan untuk mendapatkan informasi dalam bentuk opini dari sejumlah orang , dimana informasi yang telah didapat akan dikumpulkan, informasi tersebut dikumpulkan lewat pengajuan pertanyaan, dan informasi didapat dari

sampel. Metode penelitian bertujuan agar proses penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan terstruktur. Metode penelitian dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Metode Penelitian

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan kepada para responden untuk menjawabnya [3]. Kuisioner yang digunakan bersifat tertutup, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang digunakan, kemudian akan diukur menggunakan skala

likert. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang disebut variabel penelitian [3]. Jawaban dari setiap pertanyaan yang menggunakan skala *likert* memiliki keterangan dari sangat setuju, setuju, mungkin, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

1.5.3 Metode Analisis Penerimaan Pengguna

Metode analisis penerimaan pengguna yang akan digunakan sebagai berikut

1. Analisis Masalah

   Tahap ini dilakukan terhadap masalah yang terdapat pada Lazada, dimana masalah ini diambil berdasarkan pengguna yang melakukan transaksi di Lazada.
2. Analisis Variabel Penerimaan Pengguna

   Tahap ini dilakukan analisis terhadap variabel-variabel yang akan digunakan pada pengujian teknologi *online*
3. Analisis Operasional Variabel

   Pada tahap ini dilakukan analisis indikator-indikator yang diambil dari setiap variabel dalam pengujian teknologi *online*
4. Pembentukan Kriteria Pertanyaan Berdasarkan Analisis Penerimaan Pengguna

   Pada tahap ini akan dilakukan analisis mengenai keterkaitan antar variabel internal dan variabel eksternal.
5. Pembentukan Pernyataan Berdasarkan Penerimaan Pengguna

   Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan kuisioner berdasarkan tahap pembentukan kriteria pertanyaan. Pertanyaan kuisioner ini akan disebar kepada responden.
6. Penyebaran dan Pengolahan Kuisioner

   Penyebaran kuisioner dilakukan untuk mencari pendapat dari responden yang menggunakan Lazada. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responden yang pernah menggunakan pembelian di Lazada. Setelah data terkumpul kemudia data tersebut akan diolah.

7. Pengujian Validitas dan Realibilitas

   Tahap ini akan dilakukan pengujian vaiditas dan realibilitas apakah indikator pertanyaan tersebut valid dan layak digunakan pada penelitian ini atau tidak.

8. Pengujian Asumsi Dalam SEM

   Tahap ini akan dilakukan pengujian normalitas dan pengujian *outlier*, dimana hasil dari pengujian ini akan digunakan dalam tahap pengujian *goodness of fit*.

9. Pengujian *Goodness of fit*

   Tahap ini akan dilakukan pengujian model fit, apakah model tersebut dapat di terima dengan baik pada penelitian ini atau tidak.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu

Bab I Pendahuluan

Bab I menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II menguraikan tentang tinjauan umum dari teori-teori pendukung yang berhubungan dan digunakan sebagai dasar penelitian, seperti model penerimaan teknologi informasi, *literatur review*, kerangka pemikir, perumusan hipotesis yang akan digunakan sebagai desain penelitian.

Bab III Analisis dan Perancangan

Bab III berisikan uraian mengenai desain penelitian yang dilakukan, pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, penyusunan kuisioner, serta pengujian kuisioner.

Bab IV Implementasi dan Pengujian

Bab IV menguraikan tentang hasil analisis, membahas data yang telah didapat, pengembangan model, memilih jenis input dan model yang diusulkan, menilai kriteria *goodness of fit*, melakukan pengujian hipotesis.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab V berisi kesimpulan yang sudah diperoleh dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis tentang penelitian ini serta keterbatasan-keterbatasan yang dialami selama penelitian ini.