

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat hampir di seluruh lapisan masyarakat memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan. Pengaruh yang sangat terasa adalah meningkatnya keinginan masyarakat untuk melakukan segala sesuatunya dengan cara yang praktis terlebih dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi informasi yang sangat berkontribusi terhadap perubahan adalah internet. Keberadaan internet cukup berpengaruh terhadap banyaknya perubahan seperti pemenuhan kebutuhan masyarakat dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang sangat besar menjadi proses yang lebih cepat dan mudah.

Menurut hasil *survey* yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) terhadap jumlah pelanggan dan pengguna internet sampai akhir tahun 2016 telah tercatat 132,7 juta pengguna yang tersebar pada berbagai lapisan masyarakat yaitu para wiraswasta, ibu rumah tangga, maupun pelajar/mahasiswa sesuai pada data statistik berikut ini :

Gambar 1.1 : Hasil *survey* pengguna internet indonesia tahun 2016



Sumber : <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>

Hasil *survey* yang ada telah menunjukkan bagaimana perkembangan internet telah semakin maju. Perkembangan internet seperti ini perlahan-lahan telah merubah perilaku masyarakat dan juga mengakibatkan persaingan yang semakin kompetitif bagi para pengusaha untuk menciptakan inovasi-inovasi yang mampu membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dengan cara mudah dan praktis melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Kehadiran internet menjadikan aplikasi online semakin diminati sebagai media berbisnis yang mampu menjadi alat bantu persaingan bagi para pengusaha. Aplikasi online mengalami perkembangan yang cukup pesat termasuk dalam jasa penjualan tiket (*online ticketing*). Penggunaan internet dalam jasa penjualan tiket ini semakin berkembang sebenarnya tidak hanya dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin maju melainkan hal ini dijadikan pula sebagai upaya untuk mencapai efisiensi dan sebagai bagian dari strategi pemasaran bagi maskapai untuk memperoleh calon penumpang. Pemanfaatan penjualan tiket

secara online tidak hanya dirasakan bagi pengusaha maskapai saja, kemudahan dan kepraktisan juga dirasakan oleh calon penumpang sehingga calon penumpang dapat menghemat waktu dan biaya. Hal ini dikarenakan apabila menggunakan prosedur yang ada calon penumpang akan sangat menghabiskan waktu untuk mendapatkan tiket dan dapat terjadi kemungkinan konsumen belum tentu mendapatkan tiket sesuai dengan jadwal dan maskapai yang diinginkan bahkan kemungkinan terburuk adalah konsumen tidak mendapatkan tiket pesawat yang sesuai dengan jadwalnya dikarenakan tiket tersebut sudah habis terjual.

Beberapa hal lain selain kepraktisan dalam pembelian tiket secara online yang dirasakan konsumen dan menjadi daya tarik bagi konsumen adalah pembelian tiket secara online dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, pembelian tiket secara online juga terjaga keamanannya, karena dengan pembelian tiket secara online konsumen akan terhindar dari kehilangan tiket pesawat secara fisik. Selain itu kemudahan dalam pembayaran juga menjadi daya tarik bagi konsumen karena konsumen bisa melakukan transaksi pembayaran melalui ATM.

Pemerintah juga menganggap penjualan tiket dengan menggunakan keberadaan loket-loket tiket yang ada di bandara sebenarnya banyak memberikan kerugian disamping keramaian pembelian tiket oleh penumpang yang menimbulkan efek ketidak efisienan dan maraknya calo-calo yang meresahkan konsumen karena memberikan harga yang sangat tidak wajar. Departemen Perhubungan Republik Indonesia (2014) melalui Surat Edaran Menteri Perhubungan Nomor HK 209/I/I/16/PHB.2014 tentang Peningkatan Pelayanan

Publik di bandara, menyatakan bahwa kini keberadaan loket-loket di bandara perlahan mulai dihapuskan secara bertahap terhitung sejak 1 Maret 2015.

Dengan adanya kebijakan tersebut hal ini berarti menyatakan bahwa pemerintah mendukung sepenuhnya adanya penjualan tiket yang dilakukan secara online. Di Bandara Ahmad Yani Semarang kebijakan ini sudah mulai diimplementasikan pada tanggal 15 Maret 2015 yang lalu dan loket-loket yang ada telah digantikan fungsinya menjadi *customer service*. Kebijakan seperti ini berarti mengharuskan para konsumen untuk membeli tiket melalui agen-agen wisata atau melalui sistem online. Dengan adanya kebijakan seperti ini berarti juga harus membutuhkan adanya sikap penerimaan dan kemampuan oleh calon penumpang atau konsumen dalam menggunakan teknologi internet. Dengan kata lain kemanfaatan bisnis penjualan tiket secara online (*online ticketing*) ini akan dapat dinikmati secara optimal jika diikuti dengan sikap penerimaan teknologi oleh konsumen. Yang menjadi permasalahan adalah apakah masyarakat dapat menerima dan memanfaatkan pemesanan tiket secara online dalam jangka waktu yang panjang, karena apabila masyarakat ternyata tidak mampu menerima dan tidak memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi *online ticketing* maka dapat dinyatakan bahwa teknologi *online ticketing* tidak akan berlangsung lama. Wang, Lo, & Fang, (2008) menyatakan bahwa tidak ada jaminan bahwa kemajuan teknologi akan selalu diikuti dengan kesuksesan adopsi oleh konsumen, oleh karena itu penerimaan dan niat untuk mengadopsi teknologi baru adalah aspek krusial dari pemasaran produk baru. Dalam banyak kasus, kesuksesan

penyebaran teknologi, sebagian ditentukan oleh besarnya pemakai potensial mampu mengadopsi teknologi tersebut (Wang et al., 2008).

Pengadopsian produk dan jasa teknologikal sering dijelaskan dengan menggunakan model penerimaan teknologi (Nysveen & Thorbjørnsen, 1995). Selama beberapa tahun, model penerimaan teknologi telah dikembangkan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa TAM secara khusus digunakan dalam bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan dalam pekerjaan individual pemakai. Bentuk TAM mendasarkan pada konstruk-konstruk, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), niat berperilaku (*behavioral intention to use*) dan penggunaan senyatanya (*actual use*) (Davis, 1989). *Perceived Ease to Use* (PEOU) merupakan tingkat seberapa besar teknologi komputer dapat mudah dipahami dan digunakan, sedangkan *Perceived Usefulness* (PU) didefinisikan sebagai ukuran dimana pengguna teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi yang menggunakannya, kemudian *Attitude Toward Using* (ATU) dikonsepskan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan, *Behavioral Intention to Use* (BIU) merupakan kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi, dan *Actual Use* (AU) merupakan kondisi nyata penggunaan sistem (Wibowo, 2008). Model TAM akan menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan dapat menentukan sikapnya dalam menggunakan TI. Model ini secara lebih jelas

menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan TI dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*).

Maharsi & Mulyadi (2007) yang meneliti mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang *internet banking* di Surabaya menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* adalah PU, PEOU dan kredibilitas. Putra, Sukaatmadja, & Giantari (2016) menguji terhadap kepercayaan dan niat beli *e-ticket*, hasilnya menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Penelitian dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada bisnis jasa penjualan tiket secara online (*online ticketing*) ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sugiarto (2016) dengan menggunakan Model TAM yang dikembangkan oleh Shroff, Deneen, & Ng, (2011) yaitu pengaruh komponen penerimaan teknologi terhadap niat berperilaku menggunakan *online ticketing*. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa PEOU dan PU dalam menggunakan *online ticketing* mempengaruhi sikap penggunaan (*attitude toward using*), dan sikap penggunaan tersebut mempengaruhi niat pengguna (*Behavioural Intention to Usage*) untuk tetap menggunakan *online ticketing*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan Sugiarto (2016) adalah penelitian ini menambahkan variabel *Actual Usage* untuk mengetahui secara nyata penerimaan masyarakat terhadap sistem *online ticketing* melalui penggunaannya, kemudian perbedaan lain adalah perbedaan responden dimana

penelitian Sugiarto (2016) menggunakan responden di Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan penelitian ini menggunakan responden di Kota Semarang. Penelitian ini juga didasarkan dengan adanya kebijakan pemerintah untuk menutup loket-loket tiket di bandara, yang juga telah diterapkan di Bandara Ahmad Yani Semarang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka judul penelitian ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT DALAM MENGADOPSI TEKNOLOGI ONLINE TICKETING : DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL”**

1.2. Perumusan Masalah

Pada awalnya pengukuran pada kualitas jasa biasanya hanya difokuskan pada pelayanan yang melibatkan manusia, namun dengan perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini usaha jasa mulai melibatkan peralatan didalamnya (*e-service*). Hal ini juga terjadi pada maskapai penerbangan dalam hal menjual tiket penerbangan. Penggunaan internet yang dirasa cukup mudah dan mampu menghemat waktu dan biaya bagi para calon konsumen akan menimbulkan niat perilaku untuk menggunakan teknologi *online ticketing* yang kemudian diimplementasikan pada penggunaan senyatanya, namun hal ini masih belum menjadi jaminan apabila tidak diikuti dengan sikap penerimaan teknologi oleh konsumen. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) pengguna *online ticketing* berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (PU) dalam menggunakan *online ticketing*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dan persepsi kegunaan (PU) pengguna *online ticketing* berpengaruh positif terhadap sikap (ATU) dalam menggunakan *online ticketing* ?
3. Apakah persepsi kegunaan (PU) pengguna *online ticketing* berpengaruh positif terhadap niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing* ?
4. Apakah sikap penggunaan (ATU) *online ticketing* berpengaruh positif terhadap niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing* ?
5. Apakah niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing* berpengaruh terhadap penggunaan nyata (AU) *online ticketing* ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti secara empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi teknologi *online ticketing* di Kota Semarang dengan menggunakan model TAM sebagai model dasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan sistem *online ticketing*. Secara terperinci, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) pengguna *online ticketing* terhadap persepsi kegunaan (PU) dalam menggunakan *online ticketing*.
2. Mengidentifikasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dan persepsi kegunaan (PU) pengguna *online ticketing* terhadap sikap pengguna (ATU) dalam menggunakan *online ticketing*.
3. Mengidentifikasi pengaruh persepsi kegunaan (PU) pengguna *online ticketing* terhadap niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing*.
4. Mengidentifikasi pengaruh perubahan sikap pengguna (ATU) *online ticketing* terhadap niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing*.
5. Mengidentifikasi pengaruh niat berperilaku (BIU) menggunakan *online ticketing* terhadap penggunaan nyata (AU) *online ticketing*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

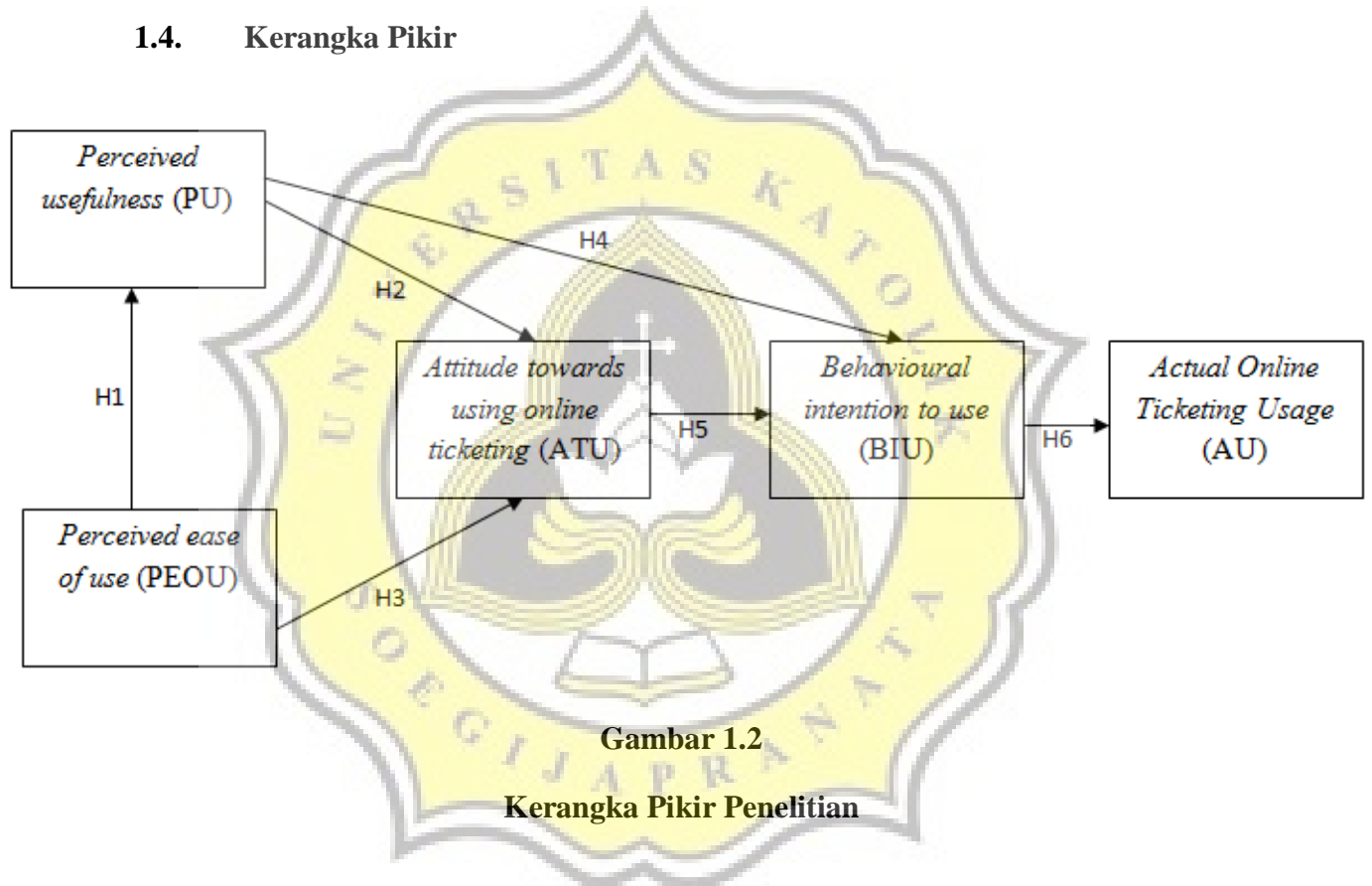
1. Manajerial

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pengelola usaha *ticketing online* dalam memutuskan komponen-komponen apa saja yang perlu mendapatkan perhatian dalam mengembangkan usaha jasa *online ticketing*.

2. Akademisi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris dan penjelasan tentang komponen yang mampu mempengaruhi niat berperilaku calon konsumen

1.4. Kerangka Pikir



Gambar 1.2
Kerangka Pikir Penelitian

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yang pada masing-masing bab terdapat beberapa sub bab. Adapun penyajian sistematika penulisan tersebut sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang yang menjelaskan mengapa peneliti termotivasi untuk menciptakan serangkaian mekanisme penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir penelitian, serta sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II : Tinjauan Konseptual dan Pengembangan Hipotesis

Tinjauan Konseptual dan Pengembangan Hipotesis akan menguraikan berbagai teori, konsep, dan penelitian sebelumnya yang relevan atau berhubungan dengan variabel-variabel dalam penelitian dan pengembangan hipotesis yang akan diteliti.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian ini meliputi obyek dan lokasi penelitian, sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, metode pengumpulan data, pengujian alat pengumpulan data, dan teknik analisis atau uji hipotesis yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian dan pembahasan ini akan menjabarkan mengenai data responden dalam penelitian, deskripsi hasil pengujian, penjabaran analisis

penelitian, dan pembahasan yang menyeluruh mengenai hipotesis yang telah diuji.

BAB V : Kesimpulan, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial

Bagian ini meliputi kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data, dan akan disampaikan pula keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, serta implikasi manajerial untuk kepentingan penelitian dan non penelitian di masa yang akan datang. Referensi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada daftar pustaka serta dilengkapi dengan lampiran-lampiran pengolahan data.

