

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia dengan usaha kecilnya memiliki peranan yang penting untuk perekonomian nasional apabila kita lihat dari jumlah tenaga kerja maupun perusahaan yang terlibat di dalam usahanya. Sektor UKM telah terbukti dapat bertahan menghadapi krisis ekonomi 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari terpuruknya kondisi ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) pada tahun 2008, kontribusi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) terhadap penciptaan devisa nasional melalui ekspor non migas mengalami peningkatan sebesar Rp. 40,75 triliun atau 28,49% yaitu sebesar Rp. 183,76 triliun atau 20,17% dari total nilai ekspor non migas nasional (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2017). Statistik menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja sebesar 90.896.270 orang atau 97,04% dari total penyerapan tenaga kerja yang ada.

Dalam upaya pembangunan perekonomian nasional, meningkatkan daya saing bagi usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu faktor yang perlu diperhitungkan. Hal tersebut berkaitan dengan peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional melalui terciptanya produk domestik bruto (PDB) sebagai kontribusi nyata dari sektor tersebut sehingga menjadi nilai tambah secara nasional. Dengan

adanya Strategi peningkatan daya saing bagi UKM, maka peran UKM bagi sektor pembangunan perekonomian nasional akan semakin besar. Adapun faktor yang cukup berperan penting yang dapat meningkatkan daya saing UKM yaitu dengan cara mengadopsi teknologi informasi (TI).

Sektor UKM di Indonesia masih sangat jauh tertinggal dalam mempergunakan manfaat dari informasi teknologi untuk pengembangan usaha. Deperindag (2002) menyebutkan bahwa salah satu kelemahan utama usaha kecil di Indonesia adalah masih terbatasnya adopsi informasi teknologi untuk mendinamisasi dan memajukan usaha kecil. Hanya 20% UKM yang telah mengadopsi IT dalam mendukung bisnisnya (Prabandari dan Azzuhri, 2011).

Berdasarkan hal tersebut, informasi teknologi akan sangat berperan untuk memajukan sektor Usaha Kecil-Menengah. *E-commerce* dapat membantu UKM dengan cara meningkatkan promosi agar UKM lebih dikenal, melakukan promosi agar lebih mudah dan menghemat biaya promosi, serta memperluas saluran distribusi pemasaran agar dapat lebih meningkatkan penjualan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Prasetianingrum dan Sejati (2017). *E-commerce* adalah suatu bentuk Sistem Informasi Teknologi yang memberikan tawaran berbagi keuntungan untuk para pelaku UKM apabila diadopsi maupun diterapkan. Adapun keuntungan yang ditawarkan oleh *ecommerce* bagi Usaha Kecil-Menengah yaitu diperluas saluran pemasaran produk maupun pangsa pasar sehingga dapat menjangkau ke seluruh belahan dunia.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1986) sebagai landasan teori dalam adopsi informasi teknologi yang berupa *E-commerce* oleh

UKM. Menurut Davis (1986), TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. TAM menggunakan *Theory of Reason Action* (TRA) dari Fishbein dan Ajzen (1980) sebagai dasar teoritikal yang digunakan untuk melihat bagaimana tingkat adopsi responden dalam menerima teknologi informasi. Dalam TRA, Ajzen mengemukakan bahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua variabel dasar, yang pertama sikap (*attitude towards behavior*) dan yang kedua adalah norma subjektif (*subjective norms*). Variabel yang lain dalam TRA adalah keyakinan terhadap perilaku (*Behavioural Beliefs*) dan keyakinan normatif (*normative beliefs*).

Dari data di lampiran dapat diketahui bahwa setiap tahunnya jumlah pelaku UMKM yang ada di Kota Semarang selalu mengalami peningkatan, tetapi dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha ini tidak berdampak baik pada pendapatan yang diterima oleh para pelaku usaha makanan yang ada di Kota Semarang. Harapan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, dengan bertambahnya jumlah para pelaku usaha mereka dapat saling bekerja sama dalam menjual produk mereka ke pasaran, tetapi ternyata semakin banyaknya jumlah UMKM makanan baik yang terdaftar di Dinas UMKM ataupun yang tidak terdaftar membuat persaingan usaha semakin ketat. Kecamatan yang paling banyak memiliki pelaku UMKM ada di Kecamatan Tembalang, 36 pelaku usaha makan di Kecamatan Tembalang pada tahun 2017 yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.

Penelitian yang dilakukan Prasetianingrum dan Sejati (2017) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, realisasi penggunaan berpengaruh dan signifikan terhadap penerapan *e-commerce* di UKM Kota Jayapura yang digunakan oleh penjual dalam menjalankan usaha. Variabel niat untuk menggunakan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap penerapan *e-commerce* di UKM Kota Jayapura yang digunakan oleh penjual dalam menjalankan usaha. Para pelaku UKM mengetahui bahwa kegunaan, kemudahan penggunaan dan seringnya penggunaan penerapan *E-commerce* dapat meningkatkan penjualan tetapi niat para pelaku UKM belum benar-benar tumbuh untuk selalu menerapkan *E-commerce* dalam menjalankan usahanya. Variabel *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *behavioral intention to use* (BI) dan *actual system usage* (ASU) menjelaskan bahwa seluruh variabel berpengaruh dan signifikan dan pengaruhnya sebesar 76,9% terhadap penerapan *e-commerce* di UKM Kota Jayapura yang digunakan oleh penjual dalam menjalankan usaha.

*E-commerce* atau bisa disebut Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer. Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam e-commerce seperti customer service, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya e-commerce. Internet merupakan salah satu jaringan global yang menghubungkan jaringan komputer diseluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalannya komunikasi dan interaksi antar satu perusahaan dengan konsumen.

**Tabel 1.1 Kriteria UKM**

No	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	Usaha mikro	Max 50 jt	Max 300jt
2	Usaha kecil	>50jt-500 jt	>300 jt- 2,5 M
3	Usaha menengah	>500jt-10 M	>2,5 m-50 M

Sumber : [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)

Hal ini juga didukung oleh penelitian Nangwi dan Sukaatmaja (2015) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *e-commerce*. *Perceived usefulness* (PU) dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan performansi pekerjaannya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa kegunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dalam model TAM, *perceived usefulness* digunakan untuk mengukur seberapa besar seorang pelanggan merasa bahwa suatu teknologi dapat berguna bagi dirinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *e-commerce*. *Perceived ease of use* (PEOU) artinya tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan suatu usaha keras. Walaupun menurut setiap orang usaha itu berbeda-beda akan tetapi pada umumnya dapat menghindari penolakan dari penggunaan sistem atas sistem yang telah berkembang,

oleh sebab itu sistem harus dapat diaplikasikan oleh para pengguna tanpa memberatkan pengeluaran usaha. Apabila *perceived usefulness* menekankan kepada manfaat suatu sistem atau teknologi, maka *perceived ease of use* menekankan kepada kemudahan penggunaan sistem atau teknologi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) menyatakan bahwa *behavioral intention to use* dan *actual system usage* berpengaruh terhadap *e-commerce*. *Behavioral intention to use* (BI) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat kegunaan suatu teknologi komputer pada seseorang bisa diprediksi dari sikap perhatian terhadap teknologi tersebut, misal ada keinginan untuk menambah peripheral pendukung, memotivasi agar tetap menggunakan, serta mempunyai keinginan untuk memberi motivasi kepada pengguna lain. *Actual system usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Adapun seorang akan merasa puas telah menggunakan sistem apabila mereka yakin bahwa sistem tersebut memudahkan untuk bagi pengguna dan dapat menaikkan produktifitas mereka, yang tercermin dalam kondisi nyata pengguna.

Penelitian ini akan mereplikasi penelitian Prasetianingrum dan Sejati (2017) yang dilakukan di Papua dengan perbedaan yaitu sampel penelitiannya adalah UKM di Semarang. Alasan dilakukannya penelitian di Kota Semarang karena perkembangan UKM di Kota Semarang dalam beberapa tahun terakhir meningkat dengan pesat sekitar 40%.

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penelitian ini berjudul: “**ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP PENERAPAN E-COMMERCE DI UKM KOTA SEMARANG**”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalahnya adalah:

1. Apakah *Perceived Usefulness* (manfaat yang diterima) berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang?
2. Apakah *Perceived Easy of Use* (kemudahan penggunaan) berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang?
3. Apakah *Behavioral Intention of Use* (intensi untuk menggunakan) berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang?
4. Apakah *Actual System Usage* (penggunaan sesungguhnya) berpengaruh positif terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

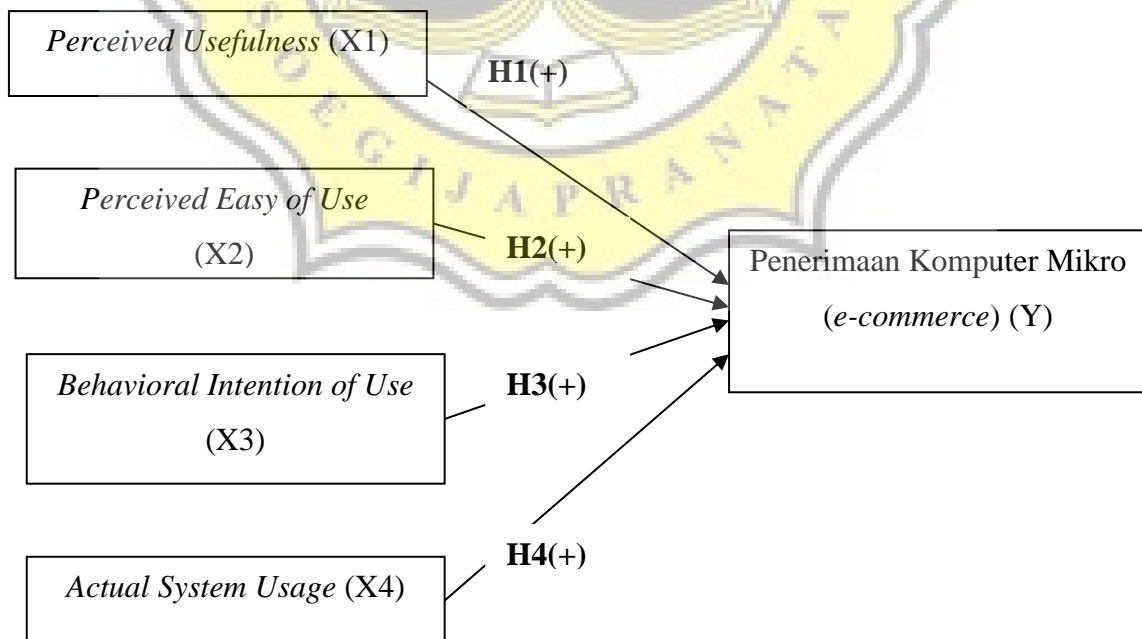
1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness* (manfaat yang diterima) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Easy of Use* (kemudahan penggunaan) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.

3. Untuk mengetahui pengaruh positif *Behavioral Intention of Use* (intensi untuk menggunakan) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *Actual System Usage* (penggunaan sesungguhnya) terhadap penerapan *e-commerce* di UKM kota Semarang.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis: penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UKM kota Semarang tentang *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap penerapan *E-commerce*.
2. Manfaat teoritis: penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa mendatang.

#### 1.5. Kerangka Pikir



Gambar 1.1. Kerangka Pikir



*Perceived usefulness* merupakan suatu kondisi dimana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan kinerja mereka. *Perceived easy of use* sejauh mana seorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat bebas dari usaha. *Intention to use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. *Actual system usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Pada penelitian ini akan membahas tentang pengaruh *perceived usefulness*, *perceived easy of use*, *behavioral intention of use*, dan *actual system usage*, terhadap penerimaan komputer mikro (*e-commerce*). Semakin tinggi *Perceived Usefulness*, *Perceived Easy of Use*, *Behavioral Intention of Use*, dan *Actual System Usage* maka akan meningkatkan Penerimaan Komputer Mikro (*e-commerce*).

