

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1 LATAR BELAKANG**

Di jaman millennial, media informasi melalui internet merupakan salah satu platform andalan dalam mencari informasi, melakukan bisnis dan komunikasi saat ini. Internet memberi kemudahan akan informasi dalam kehidupan sosial dan kegiatan perekonomian (bisnis). Kegiatan bisnis dapat diakses dengan mudah dan cepat untuk semua masyarakat dunia.

Dengan adanya peningkatan penggunaan internet secara terus-menerus, media elektronik mulai berlomba-lomba memanfaatkan keadaan ini untuk kegiatan berbisnis, yang kemudian dapat disebut *electronic commerce* (Mc Leod dan Schell, 2004). Dengan berkembangnya teknologi *e-commerce* sangat membantu pelaku bisnis dalam berbisnis. Banyak pihak yang merasa diuntungkan karena dengan *e-commerce* target pasar yang dijangkau sangat luas bahkan sampai seluruh dunia (Rahman, 2009 dalam Asri dan Susanti, 2016).

Lazada merupakan situs jual beli yang sedang berkembang di Indonesia. Lazada menjadi pusat belanja online yang menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Lazada mengalami kemajuan pesat seiring dengan pergeseran masyarakat Indonesia yang mulai melirik aktivitas bertransaksi secara online.

Menurut *ecommerceIQ*, Lazada berada di posisi pertama yang paling diminati oleh masyarakat berdasarkan survey dalam periode November 2017 sampai Maret 2018. Hal ini menunjukkan bahwa Lazada menjadi salah satu situs belanja online yang paling diminati oleh masyarakat dalam survey tersebut.

Perkembangan *e-commerce* memberikan berbagai macam perubahan di sektor bisnis, yaitu yang awalnya hanya berbisnis secara *offline* sekarang bisa berbisnis dengan mudah dan luas secara online. Keadaan ini mengakibatkan persaingan antar pelaku bisnis semakin ketat. Pelaku bisnis yang mempunyai toko online harus memperhatikan faktor-faktor apa yang dapat membuat usahanya terus bertahan dan berkembang. Atau dapat dikatakan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan Lazada. Faktor-faktor tersebut diantaranya persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan.

Menurut Jogiyanto (2007) dalam Pratama dan Suputra, (2019) yang dimaksud dengan Persepsi manfaat adalah seberapa percayanya seseorang dalam menggunakan suatu teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan persepsi manfaat adalah pemikiran pengguna Lazada tentang manfaat apa yang akan diperoleh jika menggunakan aplikasi ini.

Persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang dengan menggunakan teknologi *e-commerce* akan memudahkannya dalam mengakses situs *online* Lazada tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang jika menggunakan sistem teknologi maka akan bebas dari suatu usaha (Jogiyanto, 2007 dalam Pratama dan Suputra, 2019).

Mayer *et al* (1995) dalam Yutadi dan Haris (2015) mendefinisikan tingkat kepercayaan merupakan perilaku seseorang berdasarkan pada keyakinan terhadap karakteristik orang lain. Membuat orang lain percaya dengan suatu hal sangatlah tidak mudah, harus dibangun mulai dari awal dan harus membangun kepercayaan tersebut dengan bukti-bukti yang akurat (Saputro dan Sukirno, 2013). Menurut Saputro dan Sukirno (2013) jika kedua pihak sudah saling percaya, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai untuk menggunakan Lazada.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Pratama dan Suputra (2019) yang meneliti Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. Pada penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu obyeknya adalah Lazada dikarenakan platform tersebut saat ini sedang ramai diminati oleh masyarakat. Sedangkan pada penelitian terdahulu yaitu uang elektronik, sehingga penulis mengambil judul **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAZADA PADA MAHASISWA UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA KAMPUS MADIUN.**

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada?
3. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa:

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada.
3. Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan lazada.

## 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi founder lazada untuk meningkatkan layanan penggunaan lazada.

## 1.5 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Laporan Skripsi.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari penelitian yaitu: *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Selain itu, pada bab ini juga disampaikan tentang penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis penelitian serta model penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, identifikasi definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, dan analisis data.

**BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan.

**BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian yang akan datang.