

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Masalah

Era globalisasi telah menuntut segala informasi dapat diakses secara cepat dan praktis. Munculnya sebuah teknologi baru, khususnya di bidang teknologi informasi komunikasi akan selalu menghasilkan reaksi pada diri penggunanya. Reaksi dapat berupa penerimaan atau bahkan penolakan akan hadirnya teknologi baru itu. Teknologi internet sebagai suatu media informasi yang informatif, komunikatif, dan terkini memiliki daya jangkau yang sangat luas. Teknologi internet bahkan dapat dikatakan hampir tak terbatas. Munculnya internet mampu memberikan kemudahan kepada masyarakat. Kehadiran internet akan memberikan jawaban ketika waktu sudah dianggap mahal (*time is money*). Berkomunikasi jarak jauh bisa menggunakan fasilitas e-mail, yang real time.

Konsep dalam penelitian ini adalah model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model – TAM*). Model ini menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat baginya. Konsep TAM dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action – TRA*) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). Dalam TAM, penerimaan pemakai sistem informasi ditentukan oleh dua faktor kunci yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

TRA mengasumsikan bahwa perilaku didasarkan oleh niat individu untuk terlibat dalam tindakan tertentu. Niat ditentukan oleh dua faktor, yaitu sikap individu terhadap hasil tindakan dan pendapat lingkungan sosial individu tersebut (Hamzah, 2009). Teori ini menunjukkan bahwa seseorang sering bertindak berdasarkan persepsi mereka mengenai

apa yang orang lain pikir mereka harus lakukan. Model ini memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor kunci dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengadopsian teknologi informasi tersebut (Ferda, 2011; Seeman, 2009).

Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut (Rose, 2006; Lee, 2010).

TAM berteori bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan (Venkatesh dan Davis, 2000).

Di Indonesia teknologi internet dan informasi berkembang pesat. Terlihat dari semakin majunya perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet. Toko online merupakan salah satu bisnis yang memanfaatkan peluang ini dan mudah diterima oleh masyarakat luas. Meningkatnya gaya hidup masyarakat Indonesia menyebabkan popularitas toko online juga berkembang pesat. Kemajuan zaman mengubah pemikiran masyarakat untuk lebih menghemat waktu dan tenaga dalam melakukan kegiatan berbelanja.

Toko online yang ada di Indonesia tersebut mempunyai tingkat popularitas yang bagus. Hal ini membuktikan bahwa toko online dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi pilihan masyarakat untuk berbelanja. Lima toko online yang cukup terkenal di

Indonesia yaitu Lazada, Bukalapak, Tokopedia, OLX, dan Mataharimall. Dari kelima toko online yang paling populer di Indonesia tersebut, peneliti tertarik dengan toko online Lazada.

Lazada merupakan toko online yang 100% bahkan 1000% bukan scam (penipu). Barang yang di jual juga cukup lengkap, mulai dari barang elektronik, gadget, komputer, fashion, kosmetik, alat olah raga dan otomotif, perlengkapan rumah tangga, mainan anak dan perlengkapan bayi, dan lain sebagainya.

Lazada memiliki metode pembayaran *cash on delivery* atau bayar di tempat. Jadi, barang yang dibeli baru dibayar saat barang tersebut sampai di rumah/alamat si pembeli. Uangnya langsung diserahkan ke kurir yang membawa barang tersebut. Bagi yang masih ragu untuk membayar langsung melalui transfer bank, ATM atau kartu kredit, karena takut tertipu, pilihan metode pembayaran *cash on delivery* (COD) bisa menjadi pilihan. Toko online terpercaya lainnya juga menawarkan metode pembayaran COD, tapi untuk saat ini rata-rata baru melayani daerah seputar kota Jakarta, saja. Sedangkan Lazada, sudah bisa di seratus kota lebih.

Toko Online Lazada memberikan garansi uang kembali jika barang yang kita beli ternyata saat diterima cacat atau tidak sesuai dengan apa yang terlihat dan tertulis di situs toko online-nya. Ini yang saya lihat jarang diberikan oleh toko online, lain. Toko online Lazada juga sudah banyak yg menawarkan bebas ongkos kirim, tapi baru hanya untuk daerah Jakarta. Ada juga yang mensyaratkan jumlah minimal pembelian, baru bebas ongkos kirim. Sedangkan Lazada, bebas ongkos kirim ke seluruh wilayah di Indonesia, tanpa syarat minimal pembelian.

Seperti pada umumnya sebuah perusahaan, Lazada juga mempunyai kekurangan. Kekurangan yang pertama adalah barang yang akan kita beli hanya bisa disaksikan melalui foto atau video. Kedua, barang tidak bisa langsung dimiliki saat itu juga, karena barang harus dikirim lewat kurir jasa pengiriman. Lamanya waktu pengiriman (biasanya 2-6 hari), tergantung seberapa jauh lokasi si penjual dengan si pembeli. Kekurangan yang ketiga, ada ongkos kirim yang harus ditanggung oleh si pembeli. Besar kecilnya ongkos kirim tersebut, biasanya tergantung seberapa jauh dan mudah akses jasa pengiriman dari lokasi si penjual ke lokasi si pembeli.

Kekurangan yang keempat atau yang lebih pas disebut “resiko” adalah belanja via internet sangat rentan dengan penipuan. Karena si penjual tidak bertemu langsung dengan si pembeli, dan pada umumnya si pembeli terlebih dahulu harus melakukan pembayaran baru barang dikirim, ini menjadi celah bagi para penipu untuk melancarkan aksinya.

Lazada tidak hanya ada di Indonesia, tapi juga ada di negara lain, seperti: Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina. Jadi, Lazada merupakan toko online *retailer* berkelas internasional, sehingga kualitas barang, pelayanan, dan keamanan belanja serta data *customer* dipastikan terjaga dengan baik. Karena itu, Lazada berani memberikan garansi uang kembali jika barang yang sampai ke tangan pembeli, mengalami cacat (kerusakan) atau tidak sesuai dengan apa yang terlihat dan tertulis di situs-nya.

Saat ini, jumlah pengunjung Lazada rata-rata per hari sebanyak 500.000 pengunjung. Menurut Rizki Suluh Adi, Vice President Marketing Lazada, saat ini penjualan Lazada masih didominasi di pulau Jawa yang mencapai 50%. Saat ini Lazada

tercatat menjual sebanyak 30.000 item produk per hari. Sebagian besar produk berupa gadget. Sedangkan sisanya berupa produk gaya hidup, elektronik, serta kebutuhan rumah tangga. Lazada mengklaim per hari bisa mengirim sekitar 30.000 item produk dari gudang Lazada yang berada di Ciracas, Jakarta Timur (kontan.co.id, 2015).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: ***Implementasi Technology Acceptance Model (Studi Pada Konsumen Situs Lazada di Surakarta)***