

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi *online* sudah merupakan salah satu bagian yang penting dalam gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat. Masyarakat terutama yang tinggal di daerah perkotaan tidak bisa lepas dari hal yang bersifat praktis. Hal ini didukung dengan kemampuan *gadget* seperti telepon selular pintar yang mampu mengakomodasi kebutuhan masyarakat perkotaan dalam melakukan aktivitas mereka. Transportasi sudah menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting pada saat ini bagi masyarakat.

Terdapat inovasi dalam sektor layanan transportasi di Indonesia. Semula menggunakan transportasi yang bersifat konvensional menjadi sektor industri jasa transportasi yang baru yaitu *online ride-sharing*. Go-Jek memulai layanan *ride-sharing* pada tahun 2010 diikuti oleh Grab yang juga didirikan tahun 2011 di Negara asalnya berdiri Malaysia.

Saat ini pemanggil taksi secara daring sudah banyak yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka akan transportasi. Banyak masyarakat yang cenderung menggunakan transportasi *online* daripada transportasi konvensional karena berbagai macam pertimbangan. Para penyedia aplikasi pemanggil taksi secara daring berlomba-lomba dalam merebut pasar pengguna transportasi *online*.

Mobile technology berkembang dengan sangat pesat untuk mendukung *mobile commerce* (MC) yang didukung dengan fasilitas internet. Keuntungan dari

penggunaan internet pada *device mobile* meliputi efisiensi, jangkauan yang lebih luas, harga yang kompetitif dan informasi yang lebih jelas. Pada teori *Technology Accaptance Model* (TAM) banyak digunakan dalam *mobile commerce* (MC) dalam mengadopsi suatu sistem layanan. Nasri dan Charfeddine (2012) menyatakan bahwa *mobile commerce* diadopsi untuk penyampaian nilai tambah kepada konsumen akan penggunaan suatu teknologi, seperti layanan *mobile banking*.

TAM diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975. Model TRA tersebut menjelaskan tentang sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*) yang dapat mempengaruhi oleh niat perilaku (*behavioral intention*). Kemudian terdapat norma subyektif berhubungan dengan faktor yang dipengaruhi oleh pengaruh sosial seperti orang-orang disekitar individu tersebut. Kemudian Davis pada tahun 1986 mengadopsi dan mengadaptasi teori model *Theory Reactioned and Actioned* (TRA) tersebut untuk disertasinya dengan menghubungkannya dengan teknologi kemudian membuat model *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam disertasinya.

Burton-Jones dan Hubona (2006) menyatakan bahwa model original dari TAM yang diadopsi dari (Fred D. Davis, 1985); (Davis, Bagozzi, dan Warshaw, 1989) yaitu meliputi *external variabel*, *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *attitude*, *intention to use* (*Behavioral Intention*), dan *actual use*. Dalam model TAM yang dipaparkan oleh Jones dan Hobana tersebut memaparkan bahwa pada variabel *external variabel* menggunakan tiga variabel, yaitu *system*

experience, tingkat pendidikan, dan usia. Selain itu pada penelitian ini juga memiliki dua predictor utama, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang sama dengan model original yang dikemukakan oleh Davis.

. Dalam banyak literatur sangat banyak ditemukan metode dan model penerimaan (*acceptance*) dari sekian banyak model penerimaan atau adopsi dari suatu teknologi tertentu. Dimulai dari *Theory Reaction-Actioned* (1975), diikuti oleh model original dari *Technology Acceptance Model* (1986), diikuti oleh *Theory Plan Behavior* (1991), *Theory of difusion Innovation* (1995) kemudian diikuti oleh *Task-Technology Fit* (1992), kemudian TAM 2 (2000), UTAUT (2003), dan UTAUT2 (2013).

TAM merupakan salah satu teori yang sangat banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan suatu teknologi baru (*acceptance*). Dalam model ini, niat individu untuk menggunakan teknologi baru dipengaruhi oleh persepsi yaitu persepsi kemudahan dalam menggunakan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi akan manfaat teknologi baru (*Perceived Usefulness*).

Pada saat ini dalam literatur tentang teori / model penerimaan (*acceptance*) telah mencapai perkembangan yang luar biasa. Bahkan dalam model terakhir terdapat UTAUT 2 (Venkatesh, 2012). Namun dalam banyak literatur disebutkan pula bahwa model TAM masih banyak digunakan untuk mengukur tentang penerimaan akan suatu teknologi atau sistem informasi. Dikatan pula bahwa TAM telah melewati masa yang panjang. Sementara itu masih terdapat berbagai macam kontradiksi pandangan mengenai penelitian sebelumnya, tren penelitian saat ini,

banyak hal yang menuntun kepada pembuatan penelitian di masa mendatang (Y. Lee, Kozar, & Larsen, 2003).

Dalam literatur ditemukan bahwa model TAM memiliki dua keunggulan dalam menguji atau mengukur tentang penerimaan. Yang pertama TAM menyediakan model yang sederhana untuk menguji faktor-faktor yang menyebabkan penerimaan suatu sistem informasi atau teknologi tertentu. TAM mencakup landasan yang sistematis untuk penelitian dan fokus terhadap penelitian yang tersebar sebelumnya. Standardisasi ini bisa memungkinkan suatu pengujian dari temuan atau bisa membawa kepada arti yang lebih besar hasil campuran atau tidak jelas, sehingga memungkinkan untuk dilakukan penelitian yang lebih lanjut (Y. Lee, Kozar, & Larsen, 2003).

Alasan yang kedua adalah TAM memberikan aliran penelitian yang bertujuan dan mengembangkan pengetahuan tentang penerimaan sistem informasi. TAM memperkuat bidang penelitian sistem informasi dengan ketelitian dalam penelitiannya. Bahkan dalam bidang pemasaran saat ini sangat banyak menggunakan teori TAM sebagai landasan teori (Y. Lee *et al.*, 2003).

Dalam jabaran diatas telah disebutkan mengenai keunggulan TAM dalam pengujian suatu *acceptance* terhadap sistem informasi. Bahkan penemu dari TAM orignal mengatakan:

“it has also provided a starting point for many extensions and elaborations, and has compared favorably to alternative or competing models of user acceptance.” (Fred Davis, 1989)

Hal tersebut menyatakan bahwa TAM dapat menjadi titik utama dalam perluasan dan elaborasi dalam pengungkapan penerimaan sistem informasi.

Peningkatan dan pemurnian dari temuan teori dengan berbagai tes dan penghitungan instrumen akan menyajikan terhadap bidang ilmu disiplin bisnis. Dalam literatur lain disebutkan bahwa TAM mampu menyediakan penggambaran yang masuk akal mengenai niat penggunaan suatu teknologi (Hu, Chau, Liu Sheng, & Tam, 1999).

Dalam versi originalnya, TAM memiliki komponen variabel berikut: PU, PEOU, AT, BI, dan penggunaan aktual (U). Jadi atas dasar lima komponen yang hadir dan dengan mempertimbangkan struktur model, 10 relasi berpotensi untuk menguji: (1) PEOU terhadap PU; (2) PU terhadap AT; (3) PEOU terhadap ATT; (4) PU terhadap BI; (5) PEOU terhadap BI; (6) AT terhadap BI; (7) PU terhadap *Usage*; (8) PEOU terhadap *Usage*; (9) BI terhadap *Usage*; dan (10) AT terhadap *Usage*. (Y. Lee *et al.*, 2003)

Temuan dari TAM sendiri bervariasi. Tidak semua dari temuan dan hasil perhitungan menyatakan bahwa variabel-variabel dalam TAM sesuai dengan model yang diajukan. Dalam kedua model baik Jones dan Hobana (2006) serta Scheper dan Wetzel (2007) memiliki kesamaan yaitu *perceived ease of use* (PEOU) berpengaruh terhadap *perceived usefulness* (PU) yang dalam kedua penelitian ini berada sebagai variabel *intervening* pada model TAM.

Namun terdapat temuan lainnya misalnya, Yoon (2016) dalam temuannya menyatakan bahwa hipotesis PEOU memiliki hubungan positif terhadap *intention to use* ditolak hal yang sama ditemukan dalam hasil pengujian oleh Lee dan Lehto (2012); Kim dan Lee (2014). Kemudian Dutot (2015) menyatakan bahwa variabel PU dan *intention* tidak memiliki hubungan yang signifikan dalam hasil

pengujiannya.

Banyak penelitian menemukan alasan untuk hasil tidak signifikan tersebut. Sebagai contoh, Subramanian (1994) menegaskan bahwa, ketika sistem informasi yang digunakan dalam studi berdasarkan karakteristik bawaannya misalnya relatif mudah digunakan, PEOU memiliki dampak kurang dan tidak signifikan sama sekali terhadap keputusan penerimaan sistem informasi. Hal yang sama diungkapkan oleh Hu *et al.* (1999) yang menyatakan bahwa PU merupakan variabel yang signifikan sebagai determinan dari *attitude* dan intention dalam model TAM, sedangkan PEOU ditemukan tidak signifikan sebagai variabel determinan dalam model TAM.

Selanjutnya dalam tabel dibawah ini terdaat rangkuman hasil penelian dari hubungan antar variabel dari TAM.

Tabel 1.1 Hubungan antar variabel dalam TAM

	PEOU → PU	PU → BI or B	PEOU → BI or B	BI → B
Significant	69	74	58	13
Non-significant	13	10	24	2
Not Applicable	19	17	19	86
Total	101	101	101	101

Sumber: Y. Lee *et al.* (2018)

Dalam tabel ringkasan variabel tersebut merangkum hasil perhitungan variabel TAM dari literatur sebelumnya. Dalam tabel tersebut terdapat bahwa hubungan antar variabel tidak semuanya signifikan. Banyak variabel hubungan yang tidak signifikan dan tidak dapat diaplikasikan. Hal tersebut menyatakan bahwa pengujian dari TAM ini memerlukan perhitungan lebih lanjut, terutama dalam objek penelitian yang berbeda.

Disamping itu dalam rangkumannya Y. Lee *et al.* (2003) membuat berbagai

kategori dalam berbagai batasan penelitian TAM. Misalnya jenis sampel yang hanya mahasiswa atau lingkungan universitas. Kemudian terdapat subjek tunggal dalam penelitian misalnya hanya mencakup satu organisasi, atau satu departemen tertentu. Hasil dari penelitian tersebut yang mana memiliki batasan dalam penjabaran hasilnya yang tidak mencerminkan lingkungan sampel dan subjek penelitian secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian diatas mengenai keunggulan TAM dalam menguji suatu penerimaan atau adopsi dari suatu sistem informasi, kemudian perbedaan temuan antara hubungan variabel dalam model TAM, dan juga batasan-batasan dalam penelitian sebelumnya, maka penulis meyakini bahwa penelitian akan TAM perlu untuk dilakukan kembali untuk memvalidasi dan mengkonfirmasi kembali tentang temuan-temuan yang berbeda dalam model TAM yang diuji. Disamping itu penelitian mengenai penggunaan aplikasi pemanggil taksi secara daring masih cukup jarang diteliti hingga saat ini.

Dalam model yang dikemukakan oleh Schepers dan Wetzels (2007) menyatakan bahwa terdapat faktor *subjective norm* sebagai *external* variabel dalam model TAM yang dikemukakan. Namun, dalam beberapa literatur disebutkan pula bahwa *external variable* tidak digunakan dalam model TAM yang mereka uji. Berdasarkan ringkasan yang dibuat oleh Legris, Ingham, & Collette (2003) menyatakan bahwa terdapat cukup banyak literatur yang tidak menyertakan variabel eksternal dalam model TAM, misalnya Davis (1989), Davis *et al.* (1993), Mathieson (1991).

Dalam penelitian yang lain (Legris, Ingham, dan Collette, 2003) selain

adanya *subjective norm* seperti yang dikemukakan oleh Schepers dan Wetzels (2007) (Schepers dan Wetzels, 2007) sebagai variabel eksternal disebutkan juga adanya *image*, *job relevance*, *output quality*, dan *result demonstrability* yang mempengaruhi *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness*. Peneliti mengungkapkan bahwa model TAM yang terdahulu tidak cukup untuk menggambarkan perkembangan penerimaan suatu teknologi terbaru. Peneliti mengungkapkan faktor eksternal seperti *image*, *job relevance*, *output quality*, dan *result demonstrability*.

Kemudian King dan He (2006) menyatakan bahwa TAM juga memiliki dua *predictor* (variabel independen) utama yaitu *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU). Variabel Dependen dalam model TAM ini adalah *behavioral intention*. Kemudian dinyatakan bahwa model penelitian ini juga memiliki variabel *usage* dan *attitude* sebagai *concequent factors*, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh *behavioral intention*. Model ini memiliki kesamaan dengan penelitian-penelitian yang disebutkan diatas yaitu memiliki variabel *perceived ease of use* mempengaruhi variabel *perceived usefulness* (PU).

Dalam perkembangannya model TAM ini banyak diuji oleh peneliti untuk mengetahui penerimaan dari suatu teknologi *digital* baru. Namun, pada proses nya terdapat beberapa modifikasi dari model ini. Pada model original TAM yang disampaikan oleh Davis (Fred D. Davis, 1985) terdapat enam variabel, yaitu *extenal variables*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual system use*. Hal yang sama juga disampaikan oleh Wang dan Sun (2016) dan Yoon (2016).

Dari model tersebut kemudian dilakukan banyak modifikasi model penelitian. Misalnya, (Ashraf, Auh, dan Thongpapanl, 2014) menyatakan bahwa *attitude*, (PU), dan (PEOU) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. sedangkan, dan banyak pula peneliti yang melakukan pengujian dengan model yang sama dengan model original TAM, seperti Sinha dan Mukherjee (2016); Ducey dan Coovert (2016) pada model original TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1986) digambarkan bahwa *variabel perceived ease of use* (PEOU) tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *intention to use*. Kemudian Venkatesh dan Davis (1996) memodifikasi variabel *attitude* dalam model TAM yang diperbaharui. Model ini tetap digunakan pada penelitian berikutnya pada tahun 2000.

Dari penelitian yang disebutkan diatas masing-masing memiliki persamaan dan perbedaan. Kesamaan yang terbentuk dari penelitian yang menggunakan model TAM tersebut yaitu terdapat faktor eksternal dan variabel independen *perceived usefulness dan perceived ease of use* dalam penelitian yang digunakan. Sedangkan, Schepers dan Wetzels (2007) menyatakan bahwa faktor eksternal dalam metode nya adalah *subjective norm*. *Subjective norm* sebagai eksternal faktor ini didukung oleh penelitian Legris *et al.* (2003), namun dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa selain ada nya *subejctive norm* terdapat variabel lain sebagai eksternal faktor yaitu, *image, job relevance, output quality, dan result demonstrability*.

Kemudian *User Satisfaction* yang didenifisikan sebagai sikap yang berkenaan dengan perasaan terhadap aplikasi komputer tertentu yang mana seseorang berinteraksi dengan aplikasi tersebut secara langsung (Doll dan Torkzadeh, 1988). Kemudian Seddon dan Kiew (1994) menyatakan bahwa *user*

satisfaction sebagai perasaan atas kesenangan atau ketidaksenangan sebagai hasil dari total seluruh keuntungan dari harapan orang-orang akan interaksi dari sistem informasi tertentu. Dalam beberapa literatur dikatakan bahwa menyatakan bahwa *customer satisfaction* adalah salah satu variabel yang berpengaruh utama dalam menentukan saluran preferensi konsumen Devaraj *et al.*, (2002) ; Belance *et al.*, (2012); (Guinali, Belanche, dan Casalo, 2012). Dalam beberapa literatur dikatakan bahwa *satisfaction* dapat digabungkan dengan model TAM dalam hal ini variabel *Behavioral Intention*. Hal ini menyatakan bahwa users *satisfaction* dapat dikombinasikan dengan model TAM.

Dalam banyak literatur disebutkan bahwa dalam perkembangannya model TAM bahkan dikombinasikan dengan beberapa model dari penerimaan (*acceptance*) yang lain. Dalam Legris *et al.* (2003) TAM dikombinasikan dengan berbagai teori lainnya Misalnya, TAM dengan TTF (D. Y. Lee & Lehto, 2013), TAM dengan *Diffusion of Innovation* (Sinha & Mukherjee, 2016), TAM dengan *Theory Planned Behavior* (Nasri & Charfeddine, 2012), TAM dengan TPB Mathieson (1993). Bahkan dalam banyak literatur disebutkan bahwa model TAM dapat dikombinasikan dengan model penerimaan lainnya.

Dalam Ducey dan Coovert (2016) menyatakan bahwa model TAM sebagian besar digunakan dalam adopsi suatu teknologi terbaru. Mereka berpendapat bahwa semakin pesat perkembangan teknologi model ini akan semakin membuat model ini mengalami pengembangan. Kedepannya nanti akan semakin beragam model yang membentuk suatu adopsi dari teknologi terbaru yang akan menyempurnakan model TAM ini.

Dalam beberapa studi dinyatakan bahwa TAM banyak digunakan sebagai alat ukur tunggal untuk menguji sistem informasi yang tunggal pula (Y. Lee *et al.*, 2018). Namun banyak studi dari *task-technology fit* (Goodhue & Thompson, 1995) mengungkapkan bahwa persepsi dari berbagai macam teknologi berdasarkan pada jenis pekerjaannya dapat dilakukan pengukurannya.

Dalam beberapa literatur disebutkan bahwa TAM dapat dikombinasikan dengan beberapa model untuk menjelaskan tentang pemanfaatan teknologi dalam mempermudah dan meningkatkan kinerja penggunanya, salah satunya adalah *task-technology fit* (TTF). Dalam Dishaw dan Strong (1999) menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat diintegrasikan dengan *Task-Technology Fit* dalam pengaplikasian pada sistem informasi. Bahkan disebutkan bahwa kombinasi antara TTF dengan TAM dapat memberikan penjelasan yang lebih baik dalam penggunaan teknologi informasi dibandingkan penggunaan model TAM dan TTF secara terpisah. Sedangkan, Lu dan Yang (2014) dalam jurnalnya menyatakan bahwa TTF masih belum jelas hubungannya dengan adopsi penggunaan suatu sistem informasi tertentu.

Dalam jurnal Bailey dan Pearson (1983) menyatakan bahwa *satisfaction* adalah situasi dari total dari perasaan atau sikap seseorang dari berbagai macam faktor yang mempengaruhi suatu situasi. Dishaw dan Strong (1999) menyatakan bahwa perpaduan antara TAM dengan TTF akan membuat pengertian yang lebih baik mengenai adopsi penggunaan sistem informasi.

Secara garis besar penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model integrasi dari teori TAM dan TTF pada transportasi berbasis aplikasi. Pada

penelitian diatas banyak dibahas mengenai teori TAM, namun penggunaan objek pada penelitian tersebut bukanlah pada transportasi berbasis aplikasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Mengetahui pengaruh PEOU terhadap PU.
2. Mengetahui pengaruh PU terhadap BI.
3. Mengetahui pengaruh PEOU terhadap pada *Behavioral Intention*.
4. Mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Attitude Toward Use*.
5. Mengetahui pengaruh PU terhadap *Attitude Toward Use*.
6. Mengetahui pengaruh *Attitude Toward Use* terhadap *Behavioral Intention*.
7. Mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *Behavioral Intention*.
8. Mengetahui pengaruh *Taks Technology Fit* (TTF) dterhadap PEOU
9. Mengetahui pengaruh *Task-Technology Fit* (TTF) terhadap PU.
10. Mengetahui pengaruh PU terhadap *User Satisfaction*.

1.3 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mencoba menganalisis variabel dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada transportasi berbasis aplikasi, yaitu:

1. Menguji pengaruh PEOU terhadap PU.
2. Menguji pengaruh PU terhadap BI.
3. Menguji pengaruh PEOU terhadap pada *BI*.
4. Menguji pengaruh PEOU terhadap *Attitude Toward Using*.
5. Menguji pengaruh PU terhadap *Attitude Toward Using*.
6. Menguji pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap BI..
7. Menguji pengaruh *User's Satisfaction* terhadap *BI*.

8. Menguji pengaruh antara TTF dengan PEOU.
9. Menguji pengaruh antara TTF dengan PU.
10. Menguji pengaruh antara PU dengan *User Satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah melakukan pengujian terhadap penelitian yang bersifat *less studied*. Pada saat ini penelitian dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diintegrasikan dengan *Task Technology Fit* (TTF) dan *customer satisfaction* dengan konteks aplikasi pemanggil taksi secara daring masih cukup jarang dilakukan, sehingga hasil temuan dari penelitian ini akan memberikan manfaat terhadap tambahan literatur penelitian yang sudah ada.

Selain itu dalam temuan dalam hubungan antara variabel TAM masih terdapat *dispute* antara hasil dalam hubungan antar variabel-variabel tersebut seperti yang disebutkan diatas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi dan memvalidasi kembali perbedaan temuan dalam penelitian-penelitian tersebut.

Disamping itu hasil temuan dari penelitian ini akan bermanfaat terhadap operasional bisnis penyedia transportasi berbasis aplikasi *online*. Selain itu peneliti mencoba untuk mengkonfirmasi berbagai temuan hubungan antar variabel yang berbeda dalam model TAM seperti yang sudah dikemukakan diatas.