I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Interconnection-networking (Internet) adalah sebuah sistem global jaringan komputer yang saling menghubungkan antara satu dengan yang lain di seluruh penjuru dunia dengan menggunakan standart *Internet Protocol Suite* (Gani, 2020). Perkembangan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Adanya teknologi internet yang pesat, pola belanja masyarakat Indonesia bergeser. Kegiatan belanja yang dulu hanya dapat dilakukan melalui toko secara langsung, sekarang dilakukan dengan teknologi internet dikenal dengan istilah *online shopping* (Kangean & Rusdi, 2020).

Berdasarkan dari Data Reportal, belakangan ini aplikasi untuk belanja *online* mengalami perkembangan pesat yang menduduki posisi ke empat dengan persentase sebanyak 76%. Pada posisi pertama ada aplikasi *chat* dan *message* dengan persentase 94,8%, posisi kedua aplikasi media sosial dengan persentase 94,6% dan di posisi ketiga aplikasi mesin pencari dengan persentase 81,8% (Goodstats, 2023). Hal ini dapat dilihat pada grafik yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Gambar 1. Aplikasi yang sering digunakan di Internet 2023
(Sumber : Goodstats, 2023)

Berbelanja *online* dapat diakses melalui aplikasi digital yang dikenal dengan istilah aplikasi *e-commerce*. *E-commerce* lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara *online*. *E-commerce* meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis

di seluruh dunia. Sistem *e-commerce* sangat bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasi lainnya untuk mendukung setiap proses ini. Salah satu *e-commerce* yang ada di Kota Jambi adalah Belanjo.

Aplikasi Belanjo merupakan layanan aplikasi belanja *online* yang digunakan masyarakat Kota Jambi untuk membeli kebutuhan pokok atau belanja sehari – hari seperti sayur, sembako, buah, daging dan lainnya tanpa harus datang ke pasar tradisional. Aplikasi Belanjo menyediakan produk – produk dengan beberapa kategori yaitu sayuran, bumbu, ayam daging, ikan *seafood*, sembako, buah, *frozen food*, jajanan, dan kategori kebutuhan rumah tangga lainnya. Aplikasi Belanjo memudahkan pengguna dengan berbagai macam metode pembayaran seperti *Cash On Delivery* (COD), OVO, GoPay, DANA, LinkAja, ShopeePay, serta transfer rekening Bank. Aplikasi Belanjo juga menawarkan promo – promo menarik seperti gratis ongkir, potongan harga, *voucher* belanja dan masih banyak lagi untuk para pelanggan sehingga hal tersebut dapat membuat pengguna merasa tertarik berbelanja menggunakan aplikasi Belanjo.

Aplikasi Belanjo belum pernah dilakukan evaluasi terhadap penerimaan aplikasi sehingga penelitian ini ingin melakukan analisis tingkat penerimaan pengguna dalam menggunakan aplikasi Belanjo, selain itu penelitian ini ingin mengetahui seberapa berhasilnya implementasi aplikasi Belanjo yang baru berjalan selama 2 tahun di Kota Jambi. Berdasarkan hal tersebut perlu untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna aplikasi dan faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan pengguna aplikasi yang nantinya menjadi gambaran untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi kedepannya.

Menurut Kotler & Amstrong (2010) dalam penelitian Sukmawati et al (2021) Penerimaan teknologi merupakan kemauan dari pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi dalam melakukan pekerjaan. Penerimaan dan penggunaan teknologi tidak terlepas dari sikap terhadap perilaku penggunaan aplikasi tersebut. Sikap (*attitude*) merupakan salah satu faktor penentu untuk niat melakukan pemakaian teknologi (Christina et al., 2018). Pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi Belanjo dilakukan dengan menggunakan metode *Technology Acceptane Model* (TAM).

Technology Acceptane Model (TAM) merupakan model teoritis yang ditemukan oleh Davis (1989). Model ini merupakan pengembangan dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM merupakan model teoritis yang khusus digunakan untuk menentukan perilaku pengguna terhadap penggunaan sistem informasi/teknologi. Model yang diterima teknologi atau umumnya dikenal

sebagai TAM ini juga merupakan sistem yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna tentang penggunaan teknologi baru (Rohman et al., 2023). TAM terdiri dari lima variabel yang saling terkait yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan), *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan), *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap penggunaan), *Behavioral Intention to Use* (Minat perilaku penggunaan), dan *Actual Use* (Penggunaan aktual).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan pedoman pada penelitian ini yaitu penelitian Rosmiati et al (2022) yang menggunakan TAM untuk mengetahui penerimaan Aplikasi Shopee Pada Generasi Milenial didapatkan hasil bahwa variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using*, *Behavioral Intention to Use,* dan *Actual Use* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan aplikasi Shopee dan dianggap sudah baik. Selanjutnya dalam penelitian Adha & Kusumahadi (2020) yang berjudul "Analisis Persepsi Pengguna Situs *Marketplace* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) (studi kasus pada tokopedia)" dengan hasil *Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*, *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use,* dan *Behavioral Intention to Use* berpengaruh signifikan *terhadap Actual Use* Dan dalam penelitian Wijana (2019) yang berjudul "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Jual Beli *Online* dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model*" dengan hasil penelitian variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Atittude Toward Using*, *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Atittude Toward Using*, *Atittude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* dan *Behavioral Intention to Use* berpengaruh terhadap *Actual Use*.

Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui tingkat penerimaan terhadap penggunaan aplikasi Belanjo dalam belanja *online* menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM). Berdasarkan latar belakang di atas, sehingga judul pada penelitian ini adalah **"Analisis Penerimaan Aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)"**. Dengan adanya penelitian analisis tingkat penerimaan aplikasi Belanjo diharapkan Belanjo dapat digunakan lebih baik dan menjadi gambaran dalam pengembangan aplikasi kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah penelitian yaitu bagaimana mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi

tingkat penerimaan aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan dan dapat dijadikan referensi yang berguna bagi penelitian berikutnya serta memberikan gambaran kepada pihak pengembang aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) mengenai faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat penerimaan aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Analisis pada penelitian ini hanya berfokus pada faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) berdasarkan variabel *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use* dan *Actual Use*.
2. Penyebaran kuesioner ke masyarakat Kota Jambi yang telah bertransaksi menggunakan aplikasi Belanjo (Belanja *Online* Kota Jambi) minimal 3 kali.