

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Transaksi E-commerce di Indonesia mencapai 94,5 triliun pada tahun 2013. Hal ini akan terus meningkat melihat berdasarkan jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat. Salah satu e-commerce terbesar adalah Kaskus.co.id, Kaskus.co.id memiliki online marketplace yang di namakan Kaskus JualBeli yang memfasilitasi pengguna internet untuk melakukan jual beli online dan interaksi antar penjual dan pembeli (Data menkominfo, 2013).

Belanja online akan sangat tinggi jika konsumen merasa puas akan kualitas jasa dari penjualan online di situs tersebut. Kepuasan pelanggan saat berbelanja online di pengaruhi oleh *Trust* untuk melakukan pembelian dan bagaimana *Perceived Risk* yang akan diambil pelanggan setelah melakukan pembelian menjadi indikator dimana suatu situs toko online dapat mempertahankan pelanggannya dengan cara meningkatkan *IntentionToUse* pada situs tersebut.

Pengaruh *Trust* dan *PerceivedRisk* akan di analisa menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*). TAM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dimana dalam penelitian ini akan difokuskan pada Kepercayaan (*Trust*) dan Resiko yang dirasakan (*PerceivedRisk*) di Niat menggunakan (*IntentionToUse*) Kaskus JualBeli. TAM telah terbukti menjadi model teoritis berguna dalam membantu untuk memahami dan menjelaskan perilaku yang digunakan dalam implementasi sistem informasi. Model TAM dapat menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penerimaan penggunaan sistem informasi. Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh Kepercayaan (*Trust*) dan Resiko yang dirasakan (*PerceivedRisk*) di Niat menggunakan (*IntentionToUse*).

Trust yang semakin tinggi membuat seseorang merasa memiliki Niat menggunakan (*IntentionToUse*) lebih untuk melakukan transaksi secara online, hal ini didasarkan pada ketetapan harapan dengan hasil yang diharapkan dari melakukan transaksi secara online. Resiko yang dirasakan (*PerseivedRisk*) yang timbul dari seseorang dapat menentukan tingkat ketakutan dalam melakukan transaksi secara online. Seseorang yang memikirkan Resiko yang dirasakan (*PerseivedRisk*) terlalu tinggi tentu saja akan menurunkan tingkat Niat menggunakan (*IntentionToUse*) pada transaksi secara online, begitu sebaliknya. Seseorang yang dapat menanggapi Resiko yang dirasakan (*PerseivedRisk*) dengan tingkat yang rendah akan membuat dirinya merasa nyaman melakukan transaksi secara online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah tertera di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan (*Trust*) pada Niat menggunakan (*IntentionToUse*) dalam pembelian online menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)*?
2. Bagaimana pengaruh tingkat Resiko yang dirasakan (*PerseivedRisk*) pada Niat menggunakan (*IntentionToUse*) dalam pembelian online menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)*?

1.3 Batasan masalah

Adapun ruang lingkup batasan masalah yang dapat didefinisikan adalah:

1. Penelitian dilakukan hanya untuk mengetahui pada tahap tingkat pengaruh antar variabel penelitian.
2. Responden merupakan Kaskuser di kabupaten Jember yang pernah melakukan pembelian online pada Kaskus JualBeli.

1.4 Tujuan

Berkaitan dengan masalah di atas tujuannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan (*Trust*) pada Niat menggunakan (*IntentionToUse*) terhadap keputusan pembelian online konsumen pada Kaskus JualBeli.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Resiko yang dirasakan (*PerseivedRisk*) pada Niat menggunakan (*IntentionToUse*) terhadap keputusan pembelian online konsumen pada Kaskus Jual Beli.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi praktis yang dapat digunakan agar mampu mengurangi risiko pembelian online yang akhirnya akan mendorong aktivitas transaksi online di Kaskus JualBeli menjadi lebih dinamis.
2. Meningkatkan kepercayaan dan memberikan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian dengan cara online melalui Kaskus JualBeli.