

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang telah memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap aktivitas manusia. Terbukti dengan maraknya penggunaan internet dikalangan masyarakat luas dalam kehidupan sehari-hari. Internet telah membantu masyarakat untuk dapat berinteraksi, bersosialisasi, bertukar informasi serta melakukan transaksi secara online dengan cepat dan mudah tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

Pada tahun 2013, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet tertinggi di dunia. Meskipun memiliki tingkat penetrasi yang lebih rendah dari rata-rata di Asia Pasifik, yaitu sebesar 28 persen, jumlah pengguna internet mencapai 82 juta dari 250 juta penduduk Indonesia yang aktif menggunakan internet. Menurut data APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia), tahun 2015 akan menjadi tonggak sejarah bagi perkembangan internet di Indonesia dengan perkiraan yang akan menembus hingga angka 139 juta. Hasil survey dunia menunjukkan bahwa 77 persen dari pemuda-pemudi Indonesia usia 13 hingga 24 tahun ingin tersambung ke internet dimanapun mereka berada. Jumlah ini lebih banyak daripada mereka yang berada di negara maju seperti Amerika Serikat atau Perancis.

Transaksi secara online atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* dapat membantu masyarakat untuk melakukan aktivitas penjualan, pembelian dan pemasaran produk ataupun jasa. *E-commerce* sangat menguntungkan karena dapat mempermudah dan mempercepat transaksi antara penjual dan pembeli. *E-Commerce (electronic commerce)* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat seiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita, menurut (Laudon dan Laudon, 2012), *e-commerce* merupakan penggunaan internet dan Web dalam melakukan transaksi bisnis dan *e-commerce* secara digital mampu mempermudah transaksi komersial antar organisasi dan antara organisasi dengan individu.

Awalnya belanja melalui internet tidak terlalu diminati. Alasan yang melatarbelakangi ketidaktertarikan seseorang untuk berbelanja melalui internet, seperti takut tertipu, tidak memuaskan, pengiriman yang lama dan sistem pemesanan yang membingungkan. Namun belakangan ini, berbagai penyedia layanan *e-commerce* telah berupaya untuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat mempermudah sekaligus memberikan jaminan kepercayaan dan kepuasan bagi konsumen sehingga konsumen berani memutuskan untuk melakukan aktifitas belanja melalui *e-commerce*.

Sebagai saluran transaksi pemasaran yang masih tergolong baru, *e-commerce* lebih mengandung ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional. Hal ini yang kemudian menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*.

Disamping banyaknya keuntungan dari penggunaan *e-commerce*, *e-commerce* tentu tidak luput dari dampak negatif yang akan merugikan konsumen pada saat bertransaksi online. Didalam transaksi online biasanya penjual akan membutuhkan informasi data-data pribadi pembeli, seperti nama, nomor telepon, alamat email, nomor kartu kredit dan data lainnya. Namun terkadang pembeli kerap kali ragu dalam memberikan informasi tersebut karena takut akan terjadinya penipuan dalam proses transaksi pembelian barang ataupun jasa tersebut. Hal ini yang kemudian juga menjadi permasalahan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian secara *online* karena adanya risiko lebih yang harus siap ditanggung oleh konsumen ketika melakukan pembelian secara *online*, seperti pesanan yang kemungkinan tidak dikirim maupun kejahatan-kejahatan lain yang dapat dilakukan secara *online*.

Bangka Belitung merupakan daerah kepulauan yang sangat konsumtif dalam melakukan pembelian barang. Tidak jarang barang tersebut dibeli secara *online* dari daerah luar pulau Bangka Belitung sendiri, hal ini dilakukan karena harga-harga barang diluar pulau Bangka Belitung relatif murah dan lebih terjangkau jika dibandingkan dengan membeli secara langsung pada toko-toko yang ada di Bangka Belitung. Belanja *online* sangat diminati oleh berbagai kalangan dan sudah menjadi trend tersendiri bagi kalangan mahasiswa. Mahasiswa melakukan transaksi secara *online* untuk membeli pakaian, aksesoris, handphone, kosmetik, hijab, buku dan lain-lain. Namun memutuskan melakukan transaksi secara *online* tidaklah mudah, banyak kendala yang mereka hadapi sebelum melakukan transaksi secara *online*. Ketidakpercayaan mahasiswa

terhadap penjual online menjadi alasan yang sangat kuat sebelum melakukan transaksi.

Dari hasil pengamatan dan wawancara secara langsung terhadap mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung. Beberapa mahasiswa ragu untuk melakukan pembelian barang secara *online*. Seperti mahasiswi yang bernama NY merasa ragu ketika akan membeli *Handphone* pada sebuah situs *online*, karena takut jika barang yang dipesan tidak dikirim ke alamatnya dan merasa kurang yakin jika barang tersebut benar-benar dalam kondisi yang baik. Selain itu penipuan juga dialami oleh DF, berupa barang yang diterima tidak dengan sesuai dengan pesanan. Sehingga merasa kurang percaya terhadap penjual *online*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syaifudin (2014), menyimpulkan bahwa privasi, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan atau serentak terhadap variabel niat bertransaksi dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel niat bertransaksi, variabel keamanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat bertransaksi secara *online*.

Privasi merupakan faktor yang penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap niat bertransaksi secara *online*. Privasi berkaitan mengenai informasi dan data pribadi konsumen harus dijaga keamanannya oleh pengelola situs web. Berdasarkan penelitian para ahli yang disimpulkan oleh Dan J. Kim et al(2007) mengatakan bahwa minat digunakannya sistem *e-commerce*

didorong oleh kepercayaan yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan kegunaan dalam *e-commerce*.

Teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*unified theory of acceptance and use of technology* atau UTAUT) oleh Venkatesh *et al.* (2003). UTAUT adalah sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Venkatesh, *et al.* pada tahun 2003. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap Teknologi Informasi (TI). UTAUT dikembangkan melalui pengkajian yang dilakukan terhadap delapan model/teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian Sistem Informasi sebelumnya. UTAUT memiliki empat konstruk utama yang langsung berpengaruh terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakai. Keempat konstruk ini adalah 1) ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), 2) ekspektansi usaha (*effort expectancy*), 3) pengaruh sosial (*social influence*), dan 4) kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Privasi, Keamanan Persepsian, Dan Kepercayaan Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi Untuk Bertransaksi *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung).”**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang diteliti dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah privasi berpengaruh terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?
2. Apakah keamanan persepsian berpengaruh terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh privasi, persepsian keamanan, dan kepercayaan terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*”. Terdapat tiga variabel yang akan diuji, yaitu Privasi (*privacy*), Keamanan Persepsian (*perceived security*), dan Kepercayaan (*trust*) terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*. Ruang lingkup penelitian ini ditujukan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh privasi terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?
2. Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh persepsi keamanan terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?
3. Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh kepercayaan terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan meningkatkan dan menambah wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan teori mengenai pengaruh privasi, keamanan dan kepercayaan terhadap penerimaan teknologi informasi untuk bertransaksi *e-commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi penyedia layanan *E-Commerce*. Dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen terhadap transaksi *e-commerce*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan didalam penelitian ini dipaparkan menjadi lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TOERI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas mengenai teori-teori untuk mendukung penelitian yang terkait dengan topik penelitian dan digunakan dalam pengembangan berbagai hipotesis yang akan diuji didalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan identifikasi penelitian, populasi dan sample, variabel dan pengukuran variabel, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis serta uraian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan, dan saran untuk penelitian berikutnya serta memberikan implikasi penelitian yang dilakukan.

