

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam cara berinteraksi dan melakukan transaksi. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah maraknya penggunaan media sosial. Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan paling pesat saat ini adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video dengan iringan musik secara cepat dan interaktif.

Laporan yang dipublikasikan oleh DataReportal pada tahun 2022 mencatat bahwa jumlah pengguna aktif TikTok di Indonesia mencapai 92,07 juta pada awal tahun tersebut. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan April 2020 yang hanya mencatat 37 juta pengguna. Pertumbuhan tersebut menandakan bahwa TikTok telah menjadi salah satu platform digital yang sangat berpengaruh, khususnya di kalangan masyarakat Indonesia.

Potensi besar yang dimiliki oleh platform TikTok mendorong peluncuran fitur TikTok Shop, yaitu layanan e-commerce yang terintegrasi langsung dalam aplikasinya. Melalui fitur tersebut, pengguna dapat melakukan aktivitas jual beli secara langsung hanya dengan menggunakan ponsel pintar. Namun, TikTok Shop masih mengalami berbagai kendala teknis, khususnya pada fitur *checkout*, *shopping cart*, dan *live streaming* yang belum berfungsi secara optimal. Kondisi ini berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pengguna dalam melakukan transaksi.

Fitur *checkout* merupakan bagian penting dalam proses transaksi digital karena menandai tahapan akhir sebelum pembayaran dilakukan. Pada tahap ini, konsumen biasanya mencantumkan informasi terkait produk, alamat pengiriman, serta metode pembayaran yang

diinginkan. Sedangkan fitur *shopping cart* berfungsi untuk menghitung total belanja yang akan dilakukan oleh konsumen.

Salah satu fitur unggulan lainnya dari TikTok Shop adalah layanan *live streaming*. Fitur ini memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung melalui siaran video, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan interaktif. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Fadhilah (2022) menunjukkan bahwa interaksi dalam *live streaming* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena mereka dapat melihat langsung produk yang ditawarkan dan mengajukan pertanyaan secara *real-time*.

Davis (1989), pemahaman terhadap penerimaan teknologi dapat dijelaskan melalui model yang menekankan pada persepsi kemudahan dan kegunaan sebagai faktor utama dalam perilaku penggunaan teknologi.. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan dua model yang umum digunakan dalam studi adopsi teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Persepsi Keamanan

Model TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Menurut Indarsin dan Ali (2017), persepsi keamanan (*perceived security*) juga merupakan faktor penting yang memengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan aplikasi berbasis transaksi digital.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PeoU*), persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness/PoU*), dan persepsi keamanan (*Perceived Security*) terhadap minat pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok Shop. Ketiga variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Persepsi Keamanan

Model TAM digunakan sebagai dasar untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi menurut Davis (1989)., khususnya dalam konteks sistem informasi. Sementara itu,

Melalui pendekatan kedua model tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoretis terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan aplikasi TikTok Shop. Hasil dari penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi masukan yang

berguna bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas fitur yang ditawarkan, serta menjadi referensi strategis dalam mengembangkan pendekatan pemasaran digital yang lebih tepat sasaran.

Peneliti menetapkan judul dalam penelitian ini adalah “Faktor Penentu Minat Penggunaan E-Commerce Tiktok Shop Dalam Pembelian *Online* Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Persepsi Keamanan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh rumusan masalah yaitu terdapat tiga rumusan masalah utama, yaitu pengaruh persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PeoU*), dan keamanan (*Perceived Security*) terhadap minat pengguna dalam menggunakan TikTok Shop.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan TikTok Shop sebagai platform e-commerce. Tiga variabel utama yang menjadi fokus penelitian ini meliputi persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan persepsi keamanan (*perceived security*), yang dianalisis melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Persepsi Keamanan.

1.4 Manfaat.

Manfaat dari penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur ilmiah dalam bidang teknologi informasi dan manajemen, khususnya dalam memahami perilaku adopsi teknologi dalam e-commerce. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri digital, khususnya pengelola TikTok Shop, untuk memperbaiki kualitas layanan, mengoptimalkan fitur aplikasi, serta merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih jauh topik serupa dalam konteks teknologi digital dan perilaku pengguna.

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini di antaranya yaitu:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga konstruk utama berdasarkan model Technology Acceptance Model (TAM), yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan ditambah dengan variabel eksternal yaitu *Perceived Security*. Seluruh variabel tersebut dianalisis terhadap *Intention of Use* (Minat Penggunaan) TikTok Shop.
2. Objek penelitian adalah pengguna TikTok Shop di Indonesia yang telah melakukan transaksi pembelian secara daring melalui aplikasi TikTok. Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner secara online kepada pengguna aktif TikTok Shop, baik melalui media sosial maupun jaringan komunitas digital yang relevan.
3. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antarvariabel laten dan sesuai untuk penelitian yang bersifat prediktif dan eksploratif.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari setiap bab yang ada. Adapun sistematika penulisan terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori dan konsep-konsep yang menjadi dasar dalam penelitian. Teori-teori tersebut meliputi pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi keamanan (*perceived security*), serta minat menggunakan (*intention to use*). Bab ini juga memuat tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, tahapan penelitian, perumusan model penelitian, penyusunan instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan, yang mencakup perancangan model struktural (*inner model*), model pengukuran (*outer model*), proses validitas dan reliabilitas instrumen, serta pembahasan hasil pengujian yang dilakukan terhadap hubungan antar variabel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran-saran yang ditujukan kepada pihak terkait dan peneliti selanjutnya guna pengembangan penelitian di masa mendatang.