



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang relatif cepat dewasa ini telah mempengaruhi perkembangan perekonomian dunia (Fitriana & Wingdes, 2017). Terutama negara-negara yang masuk wilayah Asia Tenggara menjadi medan perang untuk persaingan bisnis perdagangan berbasis internet atau biasa dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Potensi Indonesia dalam kemajuan teknologi sangat menjanjikan, berdasarkan survei Asosiasi Pengusaha Jaringan Internet Indonesia (APJII) di tahun 2017, terdapat 143,26 juta jiwa atau 54,8% dari penduduk Indonesia yang telah memiliki akses terhadap internet. Selain itu, 78% dari populasi pengguna internet pernah melakukan belanja online, lebih tinggi dibanding populasi pengguna internet di Amerika Serikat (75%). Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI telah berupaya agar 2030 Indonesia masuk kedalam 10 jajaran negara yang memiliki ekonomi terkuat salah satunya dengan upaya mengembangkan industri 4.0 atau *internet of things* (IOT) (Pusat Penelitian Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, 2018).

Vending Machine adalah mesin yang dapat mengeluarkan atau menjual produk secara otomatis tanpa adanya bantuan operator. Pembayaran pun dapat dilakukan oleh pembeli sendiri, tanpa harus ada penjual yang mengembalikan uang secara manual. Jumlah *vending machine* di Indonesia masih sangat tertinggal jauh oleh negara Jepang dan negara lainnya. PT Jatari Boreas Sabha (Jatari Vending)

optimis melihat peluang potensi pasar yang sangat besar terlebih dengan semakin berlakunya e-money dan tiket kereta yang sudah berjalan di Indonesia. diprediksikan tahun 2018 bisnis ini akan segera bangkit (Nurul & Ibnu Akil, 2017). Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia (Ngafifi, 2014). Manfaat tersebut dapat, diterapkan dalam beberapa bidang kehidupan, salah satunya adalah bidang pendidikan yang telah berkembang pesat berkat teknologi.

Pada pertengahan tahun 2017 Bluepay datang pada kampus Universitas Multimedia Nusantara (UMN) menghadirkan vending machine dengan metode pembayaran mobile payment yang beroperasi 24 jam. Untuk mengoperasikan vending machine tersebut dibutuhkan aplikasi yang bernama Bluepay, aplikasi tersebut bisa diunduh di Google Play <https://play.google.com/> secara gratis. Aplikasi ini menghadirkan fitur *mobile payment* dengan cara *scan QR code* sehingga harga yang ditawarkan lebih fleksibel dan ekonomis karena kembalian dari pembelian akan otomatis masuk *e-wallet* dalam aplikasi *Bluepay*. Metode pembayaran ini juga sudah di implementasi oleh beberapa perusahaan ter dulunya seperti PT. Dimo Pay Indonesia, namun belum menyediakan vending machine milik sendiri. Aplikasi Bluepay dengan *vending machine* sudah sukses beroperasi di Thailand, namun baru mengawali karirnya di Indonesia.

Karena di Indonesia *vending machine* belum begitu populer maka perlu diadakan penelitian yang membahas tentang penerimaan teknologi serta hubungan tiap faktor (variabel) sehingga dapat mengetahui permasalahan serta sedikit solusi untuk mengatasi ketertinggalan ini. Untuk mengukurnya dapat menggunakan

model TAM seperti beberapa peneliti terdahulunya. TAM adalah singkatan dari *technology acceptance model* adalah model yang sering digunakan untuk mengukur penerimaan teknologi dan perilakunya karena penggunaannya yang sederhana dan dapat dihubungkan ke beberapa faktor lain (Lee & Wella, 2018). TAM memiliki 5 variabel dasar yaitu *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *attitude toward using* (ATU), *behavioral intention* (BI), *actual use* (AU), serta dapat dikombinasikan dengan variabel lainnya (Lee & Wella, 2018).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas/diteliti dalam skripsi ini dirumuskan sebagai berikut:

- a) Bagaimanakah tingkat penerimaan Bluepay pada mahasiswa UMN dengan menggunakan *variable* internal dan eksternal *technology acceptance model* (TAM)?
- b) *Variable* apa saja yang memiliki hubungan signifikan terhadap penggunaan Bluepay pada mahasiswa UMN?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus dan tidak menyimpang dari pembahasan maka akan menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

- a) Penelitian hanya melibatkan mahasiswa UMN sebagai responden.
- b) Penelitian tidak meliputi analisis pembangunan dan pengembangan pada aplikasi Bluepay.

- c) Penelitian tidak meliputi implementasi pada perusahaan Bluepay.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian analisis TAM Bluepay adalah untuk:

- a) Mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan Bluepay pada mahasiswa UMN.
- b) Mengetahui apakah faktor-faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan Bluepay pada mahasiswa UMN sehingga dapat dilakukan upaya untuk mengatasinya.

1.5 Manfaat Penelitian

Setiap tindakan positif pasti akan membuahkan manfaat yang baik, berikut adalah beberapa manfaat dari analisis *technology acceptance model* (TAM) terhadap Bluepay pada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) antara lain:

- a) Perkembangan Bluepay akan semakin pesat jika penerimaan dan penggunaan pada mahasiswa tinggi atau masyarakat tinggi ataupun perusahaan Bluepay akan membatasi diri jika penerimaan dan penggunaannya masih rendah.
- b) Memperkaya *literature* tentang sistem informasi terutama dalam teori *technology acceptance model* (TAM) pada *vending machine* agar dapat dikembangkan dalam penelitian berikutnya.