

## PENGARUH KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI *BLANJA.COM*

Agatha Puji Selvira<sup>1</sup>, Aldian Nur<sup>2</sup>, Hermon Semule<sup>3</sup>, Rahmah Faradhiba Fitri<sup>4</sup>  
Vindo Surya Partamo<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi MM Blended , Universitas Bina Nusantara-Jakarta

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus: Blanja.com dan 2) Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan minat menggunakan situs jual beli online (Studi kasus: Blanja.com). Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka dengan responden penelitian adalah para pengguna situs jual beli online Blanja.com Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Terdapat pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi kasus: Blanja.com). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kemanfaatan maka minat menggunakan situs jual beli online akan mengalami peningkatan. . Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus: Blanja.com). Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan kemudahan dalam penggunaan maka minat menggunakan situs jual beli online akan mengalami peningkatan dan Kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online pada Blanja.com.

**Kata Kunci:** Kemudahan, Penggunaan, Kemanfaatan, Minat, Situs , Jual Beli, Online

### PENDAHULUAN

Pada zaman yang modern ini teknologi adalah hal yang berkembang dengan sangat pesat. Penemuan dan inovasi baru di bidang teknologi selalu dilakukan setiap hari guna mendapat teknologi yang canggih dan bermanfaat bagi kehidupan manusia. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah-masalah sosial dan ekonomi (Rahardjo, 2002:41). Minat dalam menggunakan teknologi informasi akan muncul pada saat pengguna menggunakan teknologi informasi dirasakan bahwa setelah menggunakan teknologi tersebut akan muncul rasa bangga yang berdampak positif. Minat pengguna dalam menggunakan teknologi informasi akan memberikan dampak terhadap upaya dalam memanfaatkan fasilitas yang ditawarkan. Internet memiliki peranan penting sebagai media atau sarana penunjang untuk melakukan penelusuran informasi dan berkomunikasi secara cepat dan akurat.

Internet merupakan jaringan fisik dari berbagai perangkat komputer yang terhubung secara global. Era masyarakat modern seperti sekarang ini, internet dijadikan alternatif sumber informasi pertama yang dapat diakses seseorang untuk memenuhi kebutuhan akan suatu

informasi tertentu. Pengguna bisa melihat barang yang dicari hanya dengan sekali klik pada komputer yang terhubung dengan jaringan internet tanpa harus datang ke toko fisik secara langsung, dari hal tersebut secara tidak langsung pengguna telah merasakan dampak kemudahan dalam menerapkan teknologi informasi yang telah berkembang.

Pada era moder ini Indonesia telah memiliki begitu banyak E-Marketplace (Pasar Online) terciptanya e-marketplace ini memudahkan konsumen dalam melakukan perbelanjaan dengan mudah, konsumen memiliki beberapa faktor yang di pertimbangkan sebelum mereka dapat menerima keberadaan dan melakukan transaksi di e-marketplace. Menurut Abdulhak (2005:413) terdapat klasifikasi pemanfaatan ICT ke dalam tiga jenis, yaitu : pertama, ICT sebagai media (alat bantu) pendidikan yaitu hanya sebagai pelengkap untuk memperjelas uraian-uraian yang disampaikan. Kedua, ICT sebagai sumber yakni sebagai sumber informasi dan mencari informasi. Ketiga, ICT sebagai sistem pembelajaran. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat TI adalah sebagai berikut: Pertama, TI sebagai sumber yakni TI dapat dimanfaatkan untuk sumber informasi dan untuk mencari informasi yang akan dibutuhkan. Kedua, TI sebagai media, sebagai alat bantu yang memfasilitasi penyampaian suatu informasi agar dapat diterima dan dimengerti dengan mudah. Ketiga, TI sebagai pengembang keterampilan pembelajaran, pengembangan keterampilan berbasis teknologi informasi dengan aplikasi-aplikasi dalam kurikulum. Kemudahan juga merupakan faktor yang di pertimbangkan oleh konsumen dalam penelitian yang di lakukan oleh Liao et al, 2011; Raman dan Anamai, 2011 Magdalena, 2013. Suatu situs e-marketplace yang menerapkan fasilitas kemudahan, keamanan dan dapat memberikan kepercayaan maka konsumen akan berani melakukan aktifitas belanja pada situs tersebut



Berdasarkan data pada gambar 1.1 Dapat dilihat e-commerce dengan jumlah visitor bulanan terbanyak di tahun 2017. Karena bagaimanapun, tujuan tiap pelaku bisnis e-commerce

adalah mendapat pengunjung sebanyak mungkin untuk diarahkan jadi pembeli. Untuk menganalisa ini, kami mengumpulkan data dari Similarweb bulan Januari hingga November 2017. Kemudian kami susun peringkat 10 besar e-commerce berdasarkan jumlah rata-rata pengunjung per bulan di tiap kuartal. Berikut temuan yang kami dapatkan:

1. Lazada dan Tokopedia Bersaing di Puncak

Kedua e-commerce ini bersikut di posisi pertama dan kedua. Lazada yang ada di posisi puncak telah melakukan banyak sekali promosi online, mulai dari promo anniversary di bulan Maret (Q1), promo bulan Ramadhan saat bulan Juni (Q2), promo 11.11 dan promo Harbolnas 12.12 (Q4). Tokopedia yang berada di posisi kedua juga tidak kalah agresif dengan meluncurkan sistem booking tiket kereta di bulan Januari, bekerja sama dengan Unilever di bulan Februari, dan juga meluncurkan fitur baru "Zakat Online" sebagai penyedia layanan untuk populasi Muslim di Indonesia saat bulan Ramadhan. Faktor lain yang secara tidak langsung berpengaruh adalah momen saat Jack Ma, pendiri Alibaba Group yang secara resmi ditetapkan menjadi salah satu penasihat e-commerce di Indonesia.

2. Bukalapak Menyusul di Posisi 3 Besar

Bukalapak bertahan di posisi keempat saat Q1 dan Q2. Namun di penghujung tahun yakni di Q3 dan Q4 (Oktober-November), mereka berhasil menyalip di posisi nomor 3. Hal ini terjadi berkat sejumlah strategi yang dilakukannya, mulai dari kampanye hingga fitur terbaru bernama "Buka Emas", yakni layanan di mana konsumen bisa membeli emas secara online. Di tahun ini Bukalapak juga mengumumkan mendapat pendanaan tambahan dan memproklamirkan diri sebagai unicorn startup.

3. Shopee Memasuki 5 Besar

Di Q2 Shopee berada di posisi ke tujuh. Namun berkat maraknya program-program, kampanye, dan promosi yang dilakukan, Shopee berhasil memasuki daftar 5 besar e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak.

4. Blibli, Naik Satu Peringkat

E-commerce besutan Djarum Group ini berada di posisi ke-5 pada Q1 dan Q2, namun selama Q3 dan Q4 (Oktober-November) mereka bertahan di posisi ke-4. Di tahun 2017, Blibli juga melakukan gebrakan dengan mengakuisisi startup beberapa agen tiket perjalanan online, seperti Indonesia Flight dan Tiket.com. Selain itu, Blibli telah berkolaborasi dengan salah satu perusahaan FMCG terbesar di Indonesia, yakni Unilever.

5. Peningkatan pada Zalora

Pada rentang Q1 dan Q2, Zalora bahkan tidak masuk ke dalam daftar 10 besar. Namun di Q3 mereka berhasil menginjak posisi ke-10, dan di awal Q4, Zalora meningkat lagi di posisi ke-8.

Berdasarkan statement di atas dapat dilihat bahwa masih terdapat konsumen yang merasakan kesulitan dalam menggunakan situs Blanja.com, dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa Blanja.com masih belum mampu memberikan layanan transaksi jual beli online sesuai dengan harapan konsumen dari sisi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan

teknologi informasi guna menunjang proses transaksi yang akan dilakukan. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online” (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli Blanja.com).

## KERANGKA TEORETIK

### Sistem Informasi

Definisi sistem informasi menurut Jogiyanto yakni sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Jogiyanto, 2005:11). Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan suatu perangkat kerja yang dapat bekerja untuk memproses suatu masukan ataupun data (input), kemudian data yang telah diproses (process) tersebut akan diproses dan menjadi suatu keluaran (output) yang berguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

### Teknologi Informasi

Menurut Lantip dan Rianto (2011:4) teknologi informasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan dalam bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat. Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah suatu teknologi berupa (hardware, software, useware) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas.

### Kepercayaan

Dalam konteks pembelian online tentu aspek kepercayaan memainkan peranan yang cukup penting. Simamora (2009:11-14) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu aspek psikologis yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

### Kemudahan Penggunaan

Davis dalam Nasution (2004:5) mendefinisikan kemudahan penggunaan (ease of use) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer. Kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115).

### Minat

Sedangkan menurut sondang P. Siagian (2002:92) manusia sebagai pembeli produk pasti menggunakan berbagai pertimbangan dalam membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu. Dapat disimpulkan Dengan adanya minat pada seseorang akan menunjukkan kecenderungan untuk memusatkan pada suatu objek yang menariknya pada dasarnya minat seseorang timbul karena pengaruh dari dalam dan luar dirinya yaitu lingkungan dimana individu berada. Sedangkan menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.

### **E-commerce**

E-commerce didefinisikan sebagai cara untuk menjual dan membeli barang-barang dan jasa melalui jaringan internet dan tidak hanya itu namun mencakup berbagai aspek (Nugroho, 2003). Berdasarkan beberapa definisi e-commerce dapat disimpulkan e-commerce adalah kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan informasi yang disebut dengan internet. Menurut Jony Wong (2010 : 33) pengertian dari electronic commerce adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui system elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan computer atau internet. Jadi pengertian e-commerce adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

### **Technology Acceptance Model (TAM)**

Model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model) adalah suatu model penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi yang digunakan untuk keperluan pribadi atau kelompok. Technology Acceptance Model (TAM) sendiri merupakan teori yang menjelaskan minat berperilaku dalam menggunakan teknologi. Model TAM (Technology Acceptance Model) yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena model penelitian ini sederhana dan mudah penerapannya.

### **Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness)**

Jogiyanto (2007:67) mendefinisikan Persepsi Kegunaan (perceived usefulness) sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Penelitian menunjukkan bahwa konstruk kegunaan persepsian (perceived usefulness) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan transaksi online.

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)**

Konstruk kemudahan penggunaan persepsian (perceived ease of use) merupakan konstruk tambahan kedua dalam TAM, yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kemudahan penggunaan persepsian (perceived ease of use) digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu system teknologi informasi oleh pengguna berdasarkan tingkat kesulitan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut bagi pengguna.

### **Model Hipotesis**

Hipotesis yang dapat dibuat adalah sebagai berikut: H1 : Kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus: Blanja.com). H2 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus:

Blanja.com), dan H3: Kemanfaatan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus: Blanja.com)

## METODE

Penelitian ini akan dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Jenis penelitian ini memiliki kesesuaian dengan judul atau topik penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh kemanfaatan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Blanja.com). Penelitian ini menggunakan 80 orang responden. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah para mahasiswa dan karyawan yang biasa menggunakan situs jual beli online. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Pada penelitian ini, data diperoleh dari lapangan dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner yang sudah di sebar dapat dilihat hasil tanggapan bagi responden yang sudah mengisi kuisioner. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner (angket) yaitu daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan aspirasi, persepsi, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya. Tingkat kebenaran dan kehandalan instrumen dapat diketahui dengan melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Pengujian asumsi klasik menggunakan Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan Uji heteroskedastisitas.

### Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini terdapat dua metode analisis yang digunakan yaitu: (1) Analisis Deskriptif. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dalam tabel, dan kemudian dibahas secara deskriptif. Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, baik dalam responden maupun dalam rangka presentase yang dituangkan dalam diagram atau table, (2) Analisis Regresi Linier Berganda Rangkuti (2005:149), menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen ( $X_1$  .....  $X_n$ ) terhadap variable dependen ( $Y$ ). Persamaan rumus yang digunakan adalah (Sugiyono, 2006:243)  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ , dimana  $Y$  adalah minat menggunakan situs jual beli online,  $X_1$  adalah kemudahan,  $X_2$  adalah Kemanfaatan,  $a$  adalah bilangan konstanta,  $b_1b_2 \dots b_k$  adalah koefisien regresi. Selanjutnya metode pengujian yang dilakukan adalah:  $H_0 = B_1, B_3, B_3, B_4 = 0$ ,  $H_a = B_1, \neq B_2, \neq B_3, \neq B_4, \neq 0$ ,

#### a. Uji Hipotesis

a. Uji secara simultan “Untuk menguji pengaruh jenis variabel independen ( $X$ ) terhadap variable dependen ( $Y$ ) digunakan rumus uji  $F$ ” (Sugiyono, 2006:219) yaitu:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$F$  =  $F$  hitung

$R^2$  = koefisien korelasi linier berganda

$n$  = banyaknya data/sampel

$k$  = banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusannya jika  $\alpha = 5\%$  adalah:

- Jika probabilitas  $F$  hitung ( $p$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- Jika probabilitas  $F$  hitung ( $p$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima

### *b. Uji Secara Parsial*

Uji regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang paling berpengaruh diantara variabel yang lain. Rumus yang digunakan menurut Rangkti (2005:155) adalah:

$$t = b / Sb$$

Keterangan:

$b$  = koefisien regresi

$Sb$  = standart error untuk koefisien regresi

$t$  = regresi parsial

Jika probabilitas  $t$  hitung  $p \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, tapi jika probabilitas  $t$  hitung  $p \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima.  $H_0$  ditolak berarti variabel bebas yang diuji mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.

## DISKUSI

Kemudahan penggunaan meningkatkan minat menggunakan situs jual beli online. Hasil analisis dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus : Blanja.com). Hal ini menunjukkan bahwa dengan dengan semakin meningkatnya kemudahan penggunaan maka minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus : Blanja.com) juga akan mengalami peningkatan. Adanya pengaruh signifikan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi dalam hal ini mudah untuk dioperasikan, mudah untuk dipelajari dan tampilan interface yang jelas maka dapat meningkatkan minat menggunakan situs jual beli online. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dimas (2015), Andro (2015), Kharisma (2015) yang menunjukkan bahwa kemudahan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan situs jual beli online.

## KESIMPULAN

Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi Kasus : Blanja.com). Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan kemudahan dalam penggunaan maka minat menggunakan situs jual beli online akan mengalami peningkatan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa Blanja.com merupakan situs jual beli yang harus mengutamakan kemudahan dalam penggunaan.

Terdapat pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan situs jual beli online (Studi kasus: Blanja.com). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya kemanfaatan maka minat menggunakan situs jual beli online akan mengalami peningkatan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa Blanja.com merupakan situs jual beli online yang harus mengutamakan kemanfaatan dalam mendukung minat menggunakan situs jual beli online.

### DAFTAR PUSTAKA

- Liao, Chechen, Chuang-chun Liu, and Kuanchin Chen. 2011. *“Electronic Commerce Research and Applications Examining the Impact of Privacy ,Trust and Risk Perceptions beyond Monetary Transactions : An Integrated Model.”* Electronic Commerce Research and Applications.
- Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nasution, Fahmi Natigor. (2004). *“Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect)”*. [Online].
- P. Siagian, Sondang.2002. *Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi*, Jakarta: Penerbit Gunung Agung
- Saraswati P. dan Z. Baridwan, 2013. *Penerimaan Sistem E-Commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya].
- Similarweb.com.