

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital sekarang, teknologi banyak mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sehingga menuntut setiap orang untuk bergerak sigap dalam mengikuti cepatnya perkembangan teknologi. Bahkan, sudah hampir sebagian besar masyarakat melibatkan teknologi informasi dalam kesehariannya, khususnya penggunaan internet. Mobilitas yang tinggi pada masyarakat pun menuntut mereka untuk memiliki sebuah telepon selular yang canggih seperti *smartphone* sebagai pendukung aktivitas sehari-hari. Intensitas penggunaan internet dan *smartphone* juga menjadi dominan sehingga membuat sebuah peluang bisnis bagi perusahaan untuk memanfaatkan kebiasaan masyarakat tersebut dengan memberikan sesuatu yang baru pada bidang teknologi.

Berbagai inovasi teknologi di bidang sektor publik seperti teknologi transportasi, baik itu transportasi di darat, laut, maupun udara tidak akan lepas dari teknologi informasi yang berguna untuk melihat pengaruh serta penerimaan teknologi dari pengguna teknologi tersebut. Salah satunya perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu badan usaha milik Negara penyedia jasa transportasi. PT KAI meluncurkan sebuah aplikasi KAI *Access* pada tahun 2014. Aplikasi ini diluncurkan agar para calon penumpang tidak lagi melakukan pembelian tiket secara manual seperti halnya mendatangi ke stasiun terdekat, mengisi formulir berupa data diri di kertas, mengambil nomor antrean untuk bisa melakukan pemesanan tiket kereta.

Aplikasi *KAI Access* menyajikan berbagai fitur bagi pengguna untuk dapat memesan tiket kereta api *online*, pembatalan tiket kereta api *online*, perubahan jadwal *online* dan disediakannya *e-boarding pass* bagi para penumpang. Dengan adanya layanan aplikasi *KAI Access* diharapkan pengguna dapat memperoleh kemudahan dalam melakukan reservasi atau pemesanan tiket.

**Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi KAI Access**



*Sumber: www.kai.id*

Transportasi kereta api ini menjadi faktor penting dalam bidang sosial dan ekonomi yaitu untuk memperlancar roda perekonomian di Indonesia. Namun, berdasarkan penilaian dari pengguna aplikasi *KAI Access* pada *Play Store*, ditemukan bahwa angka penilaian *KAI Access* hanya pada tingkat cukup baik dan belum pada tingkat baik untuk badan usaha sebesar PT KAI (Persero). Dengan penilaian 3,8 dari skala 1 sampai 5 bintang sejak dirilis pada tanggal 15 Juli 2014. Kemudian, setelah mencoba membandingkan penilaian pada aplikasi sejenis yang memberi pelayanan jual-beli tiket *online* di *Play Store*, seperti aplikasi Citilink yang dirilis sejak tanggal 31 Januari 2017 mendapatkan penilaian dengan tingkat

baik yaitu sebesar 4,4 dari skala 1 sampai 5 bintang dan aplikasi *Mobile Garuda Indonesia* yang dirilis sejak tanggal 29 Januari 2015 mendapatkan penilaian dengan tingkat baik yaitu sebesar 4,0 dari skala 1 sampai 5 bintang. Bahkan ditemukan kembali banyaknya hasil *review* negatif dari pengguna tentang aplikasi *KAI Access*. Seperti halnya server yang tidak stabil membuat aplikasi tidak dapat digunakan secara optimal, masih adanya fitur yang belum bisa dibuka pada aplikasi *KAI Access*, tidak tersedianya fitur *log out* di aplikasi *KAI Access*, tidak terdapatnya tombol navigasi untuk kembali ke *homepage* (tampilan utama) saat pengguna telah memesan tiket, pengguna tidak bisa mengubah nomor telepon, nama pengguna, nomor identitas, tidak adanya fitur *cancel booking* pada aplikasi *KAI Access* dan masih ada beberapa kelemahan yang telah ditemukan pada aplikasi *KAI Access*. Hasil *review* dari beberapa pengguna di *Play Store* mengatakan bahwa aplikasi *KAI Access* memiliki beberapa kekurangan sehingga merepotkan dalam pemakaiannya.

Telah ditemukan kembali pada salah satu jurnal yang berjudul Analisis dan perbaikan *usability* pada aplikasi *mobile KAI Access* dengan metode *usability testing* dan *use questionnaire* oleh Kevin, Hanifah dan Lutfi (2018). Hasil yang didapat pada penelitian tersebut membuktikan pada parameter *Usefulness* *KAI Access* mencapai angka 3,2 atau setara dengan 45%. Nilai tersebut dapat dikatakan rendah karena nilainya tidak lebih dari nilai tengah. Serta hasil pada parameter *Ease of Use* *KAI Access* mencapai angka 3,5 atau setara dengan 50%. Nilai tersebut dapat dikatakan lumayan rendah karena hanya dapat menyentuh nilai tengah.

Latar belakang masalah yang telah sudah dijabarkan diatas mendorong dilakukannya sebuah penelitian kembali untuk melihat sejauh mana penerimaan *user* terhadap aplikasi *KAI Access*. Penelitian ini berguna untuk memberikan hasil evaluasi dan meningkatkan nilai penerimaan aplikasi *KAI Access* agar dapat bersaing dengan aplikasi kompetitor sejenis.

*Technology Acceptance Model* merupakan salah satu model teknologi yang dianggap sebagai model teknologi yang paling berpengaruh dan biasa diadaptasi untuk mendeskripsikan suatu sistem penerimaan informasi individual. Pada dasarnya TAM diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut Malhotra & Galletta (1999), TRA merupakan model penelitian yang secara luas berasal dari psikologis sosial yang berhubungan dengan determinan tujuan pelaku yang dilakukan secara sadar. Menurut Ajzen & Fisbein (1975), suatu tindakan akan relevan dengan pengendalian sosial dalam keadaan sadar, oleh sebab itu tujuan seseorang untuk menjalankan suatu tindakan adalah faktor penentu yang positif untuk memprediksi suatu perilaku dimana tindakan yang beralasan dengan satu pemikiran bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan yang beralasan dalam konteks pengguna teknologi, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi informasi menjadikan tindakan atau perilaku orang tersebut sebagai tolak ukur dalam penerimaan sebuah teknologi.

Model penelitian TAM telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya sebagai alat ukur penerimaan teknologi. Adapun sistem informasi yang menggunakan model penelitian TAM banyak digunakan pada sistem komunikasi, sistem tujuan umum, sistem perkantoran, dan sistem kekhususan bisnis. Dari keseluruhan menggunakan model TAM kebanyakan dari penelitian sebelumnya mengangkat tentang inovasi komunikasi, gadget, ataupun internet sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian TAM jarang diterapkan untuk penerapan pengaplikasian inovasi barang publik khususnya inovasi transportasi.

Namun, pada tahun 2013 didapatkan kembali suatu penelitian baru berkenaan dengan TAM yang dilakukan oleh Yung-Hsiang Cheng dan Ting-Yu Huang. Dalam penelitian jurnal yang berjudul “*High Speed Rail Passengers Mobile Ticketing Adoption*”, pada penelitian tersebut mereka menerapkan sistem informasi TAM pada kereta api sebagai subjek penelitian dimana kereta api merupakan suatu bentuk barang publik dan mengangkat tentang adopsi *mobile ticketing* dimana mereka melihat proses pembelian tiket dari awal informasi, pemesanan tiket, pembayaran, hingga tiket masuk atau *check-in* kereta menggunakan *mobile ticketing* dan *QR code*. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa penumpang kereta dapat membeli tiket dan mendapatkan sistem penagihan pembelian tiket tersebut dengan menggunakan *mobile ticketing* dan *QR code*. Berangkat dari jurnal penelitian tersebut, maka penelitian ini juga menggunakan sistem TAM untuk mengetahui apakah model TAM dapat menerima inovasi pada barang publik transportasi di PT KAI yang diterapkan pada aplikasi *KAI Access*.

Pada tahun 2016, terdapatnya sebuah penelitian TAM yang dilakukan oleh Widia, Agustini dan Maharani dalam penelitian jurnal yang berjudul “Pengaruh

*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using E-Faktur*”, pada penelitian ini mereka mengukur sebuah penerimaan pada sistem E-Faktur dengan hanya menggunakan variabel independen TAM yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* serta variabel dependen TAM yang digunakan adalah *Attitude Toward Using*. Maka, pada konstruk TAM yang dipilih untuk diteliti pada penelitian ini juga sama meliputi penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu menggunakan variabel TAM *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Toward Using*.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Penilaian aplikasi KAI *Access* oleh pengguna hanya mencapai tingkat cukup baik yaitu sebesar 3,8 dari skala 1 sampai 5 bintang pada *Play Store*.
2. Tingginya hasil *review* negatif pada aplikasi KAI *Access* oleh pengguna terkait fitur yang kurang lengkap dan fitur yang tidak bekerja secara optimal.

## **1.3 Batasan Masalah**

Melihat luasnya lingkup permasalahan yang diidentifikasi pada pembahasan sebelumnya, pembatasan masalah sangat penting untuk dilakukan. Penelitian dibatasi pada:

1. Penelitian ini akan membahas tiga variabel dari TAM yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Toward Using*.
2. Penelitian ini hanya membahas tentang pengujian TAM terhadap sikap dari pengguna membeli tiket antar kota di aplikasi KAI *Access*.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan proses latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah, maka perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam penerimaan aplikasi *mobile KAI Access*?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam penerimaan aplikasi *mobile KAI Access*.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yang terkait, yakni:

1. Bagi penulis

Penelitian ini akan sangat membantu penulis dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari dan menambah pengetahuan mengenai sistem kerja PT KAI dan tentunya sebagai salah satu syarat kelulusan.

2. Bagi PT KAI (Kereta Api Indonesia)

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah analisa dan alat ukur akan keberhasilan PT KAI dalam menerapkan sistem terbaru mereka dan tentunya akan menjadi referensi atau salah satu tolak ukur akan keberhasilan dari sistem terbaru *KAI Access* pada para penggunanya.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi, acuan dan juga koreksi jika ingin mengadakan penelitian sejenis.