

# BAB I

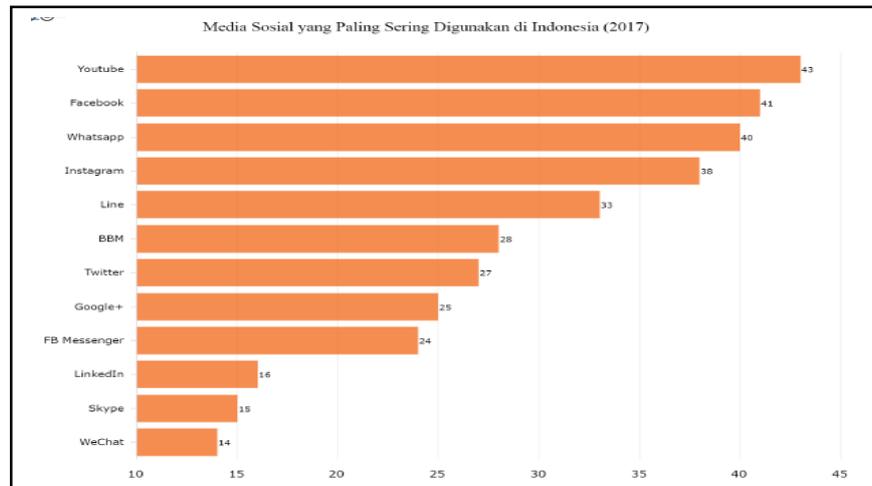
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat mempermudah manusia dalam beraktifitas seperti melihat berita dan mencari berbagai informasi kebutuhan, serta bertransaksi. Teknologi dengan menggunakan internet ini memunculkan suatu media *online* atau yang sering disebut media sosial. Saat ini teknologi yang menggunakan internet dan ponsel genggam (*mobile phone*) sangat berkembang pesat, untuk mengakses media sosial dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dari ponsel genggam (*mobile phone*). Keadaan tersebut secara tidak langsung menuntut para pelaku bisnis untuk lebih cermat dalam mekakukan strategi pemasaran yang baru dan inovatif, sehingga para pelaku bisnis dapat bersaing dengan para pesaing bisnis yang lainnya.

Penggunaan media sosial digunakan sebagai media promosi sebenarnya telah banyak dilakukan oleh pembisnis dan pelaku usaha diindonesia. Media sosial yang mulanya hanya digunakan untuk coba-coba untuk media promosi, akhirnya sekarang dimanfaatkan oleh pembisnis dan pelaku usaha sebagai media promosi untuk menjalan strategi bisnis akan dijalankan. Saat ini banyak sosial media yang yang digunakan dalam kegiatan promosi seperti *facebook*, *instagram*, *whatsApss*, *youtube*, dsb. Media sosial cukup efektif untuk menarik perhatian pelanggan baru.

Menurut data *wearesocial.net* dan *Hootsuite* 2017 media sosial yang sedang populer diindonesia saat ini adalah *Youtube*, *Facebook*, *WhatsApp* dan *instagram* yang menurut statistik dimana jumlah pengguna *facebook* di indonesia telah memasuki peringkat ke-4 besar setelah Amerika Serikat, India, dan Brazil (Rahadi, 2013) seperti gambar dibawah ini :



**Gambar 1.1** Media Sosial yang sering digunakan di indonesia

Sumber : *We are Social.Net dan Hootsuite*

Pada saat ini Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sehingga di butuhkan media promosi untuk mendukung proses peningkatan penjualan barang maupun jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Pemerintah saat ini sedang gencarnya mendorong pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah untuk masyarakat dalam berwirausaha (Siswanto, 2013). Jumlah UMKM menurut data perkembangan UMKM se Sumatera selatan per september 2018 dari Dinas Koperasi dan UMKM provinsi Sumatera selatan sebanyak 37.501 unit dan jumlah UMKM kuliner sebanyak 11.250 unit. Kebutuhan akan makanan adalah kebutuhan utama manusia disegala usia, sehingga bermunculan tempat oleh-oleh khas kota Palembang baik berupa rumah makan Pindang Pedagagan, Pempek, Kerupuk kemplang, dan Mie celor. Dalam usaha kuliner tidak ada batasan wilayah dalam bisnis karena setiap wilayah memiliki potensi yang besar (Sukri, 2017).

Tingkat penerimaan pengguna mengenai pemanfaatan media sosial terhadap para pelaku UMKM bidang kuliner Palembang dapat diukur dengan menggunakan model pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menggambarkan pengujian penerimaan pengguna terhadap teknologi. Melalui TAM, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna

terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori tentang sistem informasi dimana pengguna mau menerima dan ingin menggunakan teknologi. Model TAM juga digunakan untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan media sosial dengan dua konstruk utama yaitu *Perceived Easy of Use* dan *Perceived Usefulness* (Budi, 2016) (Andryani, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, penulis berminat ingin meneliti apakah manfaat dalam menggunakan media sosial dapat memberikan pengaruh secara signifikan kepada sikap penerimaan para pelaku bisnis dalam memasarkan produknya dengan adanya media sosial. Penelitian ini diadopsi dari penelitian lucky (Trissantama, 2012) dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa model penerimaan teknologi yang diusulkan dapat dijadikan model penerimaan teknologi internet oleh pemasar khususnya *facebook* sebagai media promosinya. Maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dan memberi judul skripsi ini yaitu “Analisis Penerimaan Pengguna Dalam Memanfaatkan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) Studi Kasus : Usaha Kuliner Palembang”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, dapat ditarik permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini, yaitu penerimaan pengguna terhadap media sosial berdasarkan hubungan kausal diantara konstruk-konstruk dalam TAM. Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi dari manfaat (*Perceived Usefulness*) media sosial berpengaruh terhadap Penerimaan Media Sosial (*Acceptance of Media Sosial*).

2. Apakah Sikap dari Penggunaan (*Attitude Toward Using*) media sosial berpengaruh terhadap Penerimaan Media Sosial (*Acceptance of Media Sosial*).
3. Apakah persepsi dari kemudahan (*Perceived Easy of Use*) berpengaruh terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*).
4. Apakah persepsi dari manfaat (*perceived usefullnes*) media sosial berpengaruh terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*).
5. Apakah persepsi dari manfaat (*perceived usefullnes*) media sosial berpengaruh terhadap persepsi dari kemudahan (*Perceived Easy of Use*).

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penulisan dari hasil penelitian tidak menyimpang dari tujuan yang telah direncanakan, untuk mempermudah dalam mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulisan ini di batasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dalam analisis penerimaan pengguna dalam memanfaatkan media sosial terhadap usaha kecil menengah menggunakan metode *technology acceptance model* (TAM) dan kemudian objek kuliner Palembang juga dibatasi dalam penelitian ini yaitu pindang pegagan, kemplang dan pempek.

### **1.4. Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis memiliki tujuan seperti berikut :

1. Mengetahui dan Menjelaskan pengaruh dari manfaat (*Perceived Usefullnes*) media sosial berpengaruh terhadap Penerimaan Media Sosial (*Acceptance of Media Sosial*).
2. Mengetahui dan Menjelaskan pengaruh Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*) terhadap Penerimaan Media sosial (*Acceptance of Social Media*)

3. Mengetahui dan Menjelaskan persepsi dari kemudahan (*Perceived Easy of Use*) terhadap Sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*)
4. Mengetahui dan Menjelaskan pengaruh persepsi dari manfaat (*perceived usefullnes*) media sosial berpengaruh terhadap Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)
5. Mengetahui dan Menjelaskan persepsi manfaat (*perceived usefullnes*) media sosial berpengaruh terhadap kemudahan (*Perceived Easy of Use*).

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Dilihat dari tujuan penelitian diatas, maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi untuk mendorong upaya pemanfaatan teknologi media sosial oleh para pemilik UMKM dalam memasarkan dan mempromosikan ragam kuliner dari Kota Palembang. Sehingga ragam kuliner yang dipasarkan dan dipromosikan dapat lebih dikenal masyarakat tidak hanya di dalam kota, tetapi juga di luar Kota Palembang dan dapat meningkatkan omset penjualan para pelaku UMKM.
2. Menjadi tambahan bahan acuan bagi peneliti yang akan datang terutama membahas tentang persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan bagi para UMKM terhadap penerimaan media sosial sebagai media untuk promosi usahanya, dan menjadi bahan tambahan sebagai ilmu pengetahuan.
3. Sebagai sarana bagi penulis dalam mempraktikan apa yang telah dipelajari selama di perkuliahan, sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman di lapangan.

## 1.5. Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kantor Dinas Koperasi Dan Ukm Provinsi Sumatera Selatan yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No.565, 20 ilir kota Palembang Sumatera Selatan. Waktu yang digunakan pada penelitian ini kurang lebih selama 6 bulan, mulai dari bulan Desember 2018 sampai dengan bulan Juni 2019

### 1.5.2 Alat dan Bahan Penelitian

#### 1.5.2.1 Alat

Dalam penelitian ini adapun alat-alat yang digunakan adalah:

1. Perangkat Keras/ *Hardware* yaitu:
  - a. Laptop dengan prosessor *intel(R)* 2957U 1.40GHz.
  - b. Kapasitas *Flash disk* 16 GB
2. Perangkat Lunak/ *Software* yaitu:
  - a. *Microsoft Windows 8*.
  - b. Aplikasi Pengolah Kata *Microsoft Word* 2016
  - c. Aplikasi Pengolah Angka *Microsoft Excel* 2016
  - d. *IBM SPSS versi 24*
  - e. *Google Form*
3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden, kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka atau tertutup (Sugiyono, 2015). Kuesioner juga sebagai alat penelitian yang dimana penyebaran kuesioner dibagikan kepada 100

responden yaitu para pelaku usaha kecil menengah yang berisi beberapa pertanyaan menggunakan skala likert point 5.

### **1.5.2.2 Bahan**

Bahan yang digunakan untuk penelitian ini adalah data-data yang didapat dari kantor dinas Koperasi dan UMKM provinsi Sumatera Selatan dengan melalui wawancara langsung yaitu:

1. Data UMKM kota Palembang.
2. Data UMKM bidang kuliner kota Palembang.

### **1.5.3 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian *explanatory* (penjelasan) yaitu menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dan bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Yulianingsih, 2016).

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelaku UMKM Kuliner kota Palembang. Dari data yang didapat, jumlah UMKM kuliner yang di peroleh dari kantor Dinas Koperasi dan UKM Provinsi sumatera selatan terdapat 11.250 unit, penentuan jumlah sampel berdasarkan populasi yang dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, maka didapat jumlah sampel sebanyak 100 responden .

### **1.5.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode Pengumpulan Data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder berdasarkan kuesioner digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan media sosial terhadap para pelaku UMKM agar dapat diketahui hubungan antara persepsi dari kemudahan

dan persepsi dari manfaat penggunaan media sosial dalam penerimaan media sosial. Kuesioner yang dirancang dengan model pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan kemudian di distribusikan kepada 100 responden secara *purposive sampling*.

#### **1.5.4.1 Data Primer**

Sumber Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

##### **1. Teknik Observasi**

Teknik observasi adalah teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Pendekatan observasi dapat di klasifikasikan kedalam observasi perilaku (Jogiyanto, 2008).

##### **2. Teknik Wawancara**

Teknik wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Jogiyanto, 2008). Data primer penelitian didapatkan dengan cara wawancara dengan wakil kepala bidang koperasi dan UMKM provinsi Sumatera Selatan agar dapat mengetahui jumlah data UMKM kota Palembang. Dan wawancara juga dilakukan terhadap pemilik usaha maupun karyawan yang menjakankan UMKM.

##### **3. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden, kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka atau tertutup (Sugiyono, 2015). Penyebaran kuesioner dibagikan kepada 100 responden yaitu para pelaku usaha kecil menengah di

kota Palembang. Dalam hal ini, penulis nantinya akan membagikan lembar kuesioner secara online melalui *google forms* untuk mengukur tingkat penerimaan penggunaan dalam memanfaatkan media sosial.

#### **1.5.4.2 Data Sekunder**

Sumber Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yaitu:

1. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan data atau fakta yang berhubungan dengan penelitian ini diperoleh dengan cara mempelajari literatur-literatur, jurnal penelitian, bahan kuliah dan sumber-sumber lain yang ada hubungannya dengan permasalahan yang peneliti bahas (Saputra, 2014). Data yang di peroleh untuk penelitian ini yaitu dari membaca berbagai literatur yang yang berhubungan dengan permasalahan yang ditulis oleh peneliti, buku-buku serta sumber-sumber lain yang relevan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi ini bisa berupa tulisan, gambar, suara, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini data-data yang didapat untuk keperluan penelitian diambil menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi sebagai data pelengkap penelitian

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu mengukur tingkat penerimaan terhadap teknologi yaitu media sosial sebagai media promosi bagi para pelaku UMKM di Palembang.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini yang berisi uraian variabel-variabel dan metode serta tahapan penelitian secara rinci yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini mencakup hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan dengan memakai metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan mendapatkan batas angka interval rata-rata perhitungan yang telah dilakukan di SPSS.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini menjelaskan secara garis besar mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.