

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi terdiri atas perangkat kerja dan piranti lunak yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya (Laudon *and* Laudon). Kata teknologi informasi berasal dari teknologi dan informasi, informasi adalah data yang sudah diproses atau data yang mempunyai arti (McLeod, 2007). Dalam perkembangannya informasi didefinisikan sebagai suatu alat untuk menyajikan informasi dengan cara yang sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya (Kertahadi, 1995) dengan tujuan untuk menyajikan informasi yang dapat digunakan dalam mendukung pengambilan keputusan pada perencanaan, perancangan, pengorganisasian, pengendalian kegiatan operasi subsistem pada sebuah organisasi, agar dapat menyajikan sinergi organisasi pada sebuah proses (Murdick *and* Rose, 1993).

Teknologi informasi adalah sesuatu yang digunakan untuk menciptakan sistem informasi termasuk didalamnya adalah komputer, *disk file*, modem dan lain-lain yang semuanya merupakan perangkat keras serta perangkat lunak yang digunakan untuk mengimplementasikan sistem yang berbasis komputer (Callon, 1996). Menurut Sarosa *and* Zowghi (2003), istilah TI didefinisikan sebagai semua teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses dan menyebarkan informasi.

Martin, *et al.*, (2002) menjelaskan cakupan komponen TI yang diantaranya adalah hardware seperti komputer, *printer*, *scanner*, *software* berupa *office application* dan perlengkapan telekomunikasi. Dengan demikian TI

mencakup komputer, perangkat lunak, mesin faksimili, pesawat telepon, telepon *mobile*, televisi kabel dan lain-lain (Basu, 1998). Lebih lanjut Jogiyanto (2007) menjelaskan tiga hal yang berkaitan dengan penerapan TI berbasis komputer, yaitu *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak) dan *brainware* (pengguna). Ketiga elemen ini saling berinteraksi sesuai dengan fungsinya masing-masing. *Hardware* adalah media yang digunakan untuk memproses informasi. *Software* adalah sistem atau aplikasi yang dapat digunakan untuk memproses data *input* menjadi informasi. *Brainware* adalah pelaksana *input* dan *output* yang bertindak sebagai *user* (pengguna sistem).

Perkembangan teknologi banyak dimanfaatkan oleh dunia usaha untuk mempermudah dan memperlancar transaksi bisnis karena biaya yang dikenakan relatif murah dan dapat mempersingkat waktu. Meningkatnya penggunaan komputer dan perkembangan TI lain telah mengubah transaksi yang semula berupa kertas berubah menjadi berkas atau data elektronik, misalnya mesin faksimili dan *eMail* (Gains, 1999). *Electronic Mail* menurut Adams, *et al.*, (1992) didefinisikan sebagai suatu sistem berbasis komputer untuk memudahkan dalam pertukaran penulisan informasi dan penyimpanannya dengan menggunakan layanan internet.

Kemajuan bidang teknologi komputer dan telekomunikasi yang mendukung perkembangan teknologi internet. Internet adalah suatu jaringan besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan komputer yang menghubungkan orang dan komputer di seluruh dunia melalui saluran telepon, satelit dan sistem komunikasi lainnya (Ellsworth *and* Ellsworth, 1995).

Tentang pelaku-pelaku bisnis dalam pemanfaatan internet sangat bervariasi seperti dijelaskan oleh Oliviani (2000) dalam “Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis”:

Dengan adanya internet para pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun guna menunjang aktivitas bisnisnya. Internet dapat mendukung komunikasi dalam kerja sama global antar pegawai, konsumen, penjual dan rekan bisnis yang lain. Internet dalam bisnis dapat digunakan bukan hanya untuk katalog produk, media promosi, pertukaran informasi dan *eMail* saja, tetapi juga dapat digunakan untuk berdiskusi, berdialog dan konsultasi dengan konsumen dalam jarak yang jauh dan jangkauan yang lebih luas secara *online*, kuesioner elektronik ataupun *mailing list*.

Oviliani (2000) pada penelitiannya menjelaskan pula bahwa aplikasi TI internet dapat memberi keunggulan strategi bisnis untuk memenangkan kompetisi dalam:

- 1) *Global Dissemination*, adalah penyebaran informasi berskala internasional yang lebih cepat, murah dan mudah, sehingga dapat memberi keuntungan serta mengembangkan pasar konsumen internasional.
- 2) *Interaction*, adalah kemampuan internet untuk melakukan forum diskusi dan *chat groups*, formulir interaktif untuk pesanan, feedback yang cepat dan efisien kepada konsumen, *email* untuk menjawab permintaan dan komentar secara *online* sehingga membantu perusahaan membangun loyalitas konsumen.
- 3) *Customization*, kemampuan untuk mengotomatisasi penyediaan informasi dan pelayanan sesuai kebutuhan masing-masing konsumen merupakan kemampuan strategi bisnis internet.
- 4) *Collaboration*, internet memungkinkan untuk memudahkan dan mengefisienkan akses data, *hardware* dan *software* yang ada pada jaringan secara bersama-sama.
- 5) *Electronic Commerce (EC)*, dengan internet menjadi *platform* teknologi *EC* yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen dan penjualnya, sehingga perusahaan pengguna internet dapat memasarkan, membeli, menjual serta memungkinkan untuk membuka pasar dan atau membuat pelayanan baru.
- 6) *Integration*, perusahaan yang bekerja menggunakan internet mengintegrasikan aktivitas di luar dengan proses bisnis di dalam perusahaan secara *online*, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh informasi lebih detail dan *up-to-date*.

Menurut Yadi (2001) dalam penelitiannya internet oleh UMKM eksportir digunakan terutama sebagai media komunikasi, mencari informasi pasar dan

bahan baku serta mempromosikan produk dan atau jasa yang dihasilkannya. *Website* digunakan sebagai media informasi dan promosi dengan daya jangkau yang luas dan paling murah. Hal ini dikarenakan situs *website* merupakan media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau negara manapun selama jaringan internet tersedia.

2.1.2. *Technology Readiness (TR)*

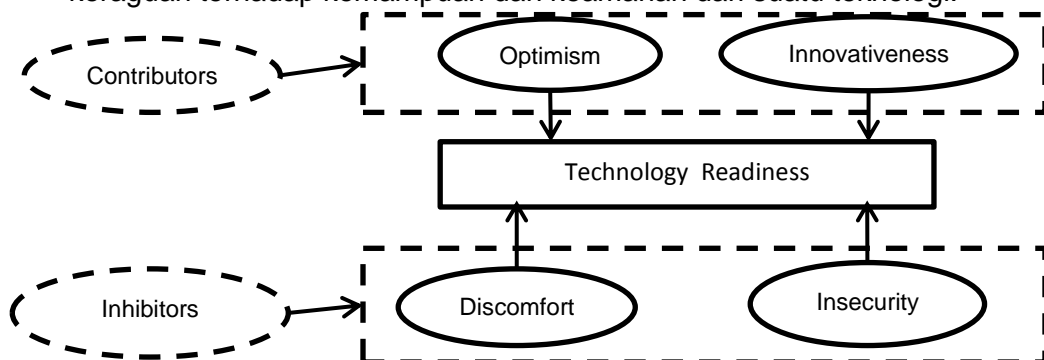
Technology Readiness (TR) digunakan dalam melihat kecenderungan masyarakat untuk menggunakan teknologi baru di rumah ataupun di tempat kerja. Parasuraman and Colby (2001) mengategorikan keyakinan positif dan negatif tentang teknologi menjadi empat dimensi TR yaitu:

Positif:

- 1) *Optimism* didefinisikan sebagai suatu pandangan positif terhadap teknologi dan persepsi positif pada kemanfaatan dari penggunaan teknologi guna meningkatkan efisiensi kerja serta dapat meningkatkan kinerja *user* baik di tempat kerja maupun di rumah.
- 2) *Innovativeness* mengacu pada sejauh mana seseorang senang berkesperimen dengan teknologi dan menjadi pelopor atau yang terdepan dalam usaha produk/jasa berbasis teknologi baru.

Negatif:

- 3) *Discomfort*, menunjukkan kurangnya penguasaan terhadap penggunaan teknologi dan rasa tidak percaya diri dalam menggunakan teknologi baru.
- 4) *Insecurity* merupakan ketidakpercayaan transaksi berbasis teknologi serta keraguan terhadap kemampuan dan keamanan dari suatu teknologi.



Sumber: Parasuraman and Colby (2001)

Gambar 2.1 *Technology Readiness*

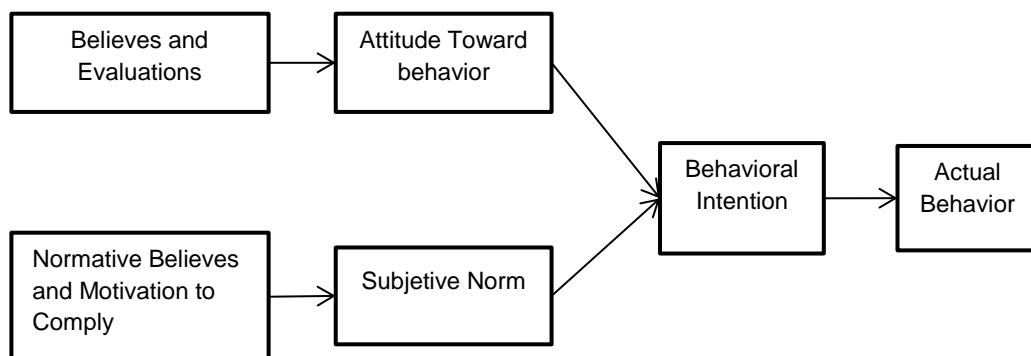
Dua dimensi pertama dari TR yaitu, *optimism* dan *innovativeness* merupakan *contributors* yang dapat meningkatkan kesiapan pada penggunaan teknologi. Sementara *discomfort* dan *insecurity* adalah *inhibitors* yang dapat menekan kesiapan terhadap penerimaan teknologi (Parasuraman, 2000) dan penelitian yang dikembangkan oleh Ling and Moi (2007).

2.1.3. Theory of Reasoned Action (TRA)

Hasil pengukuran Icek Azjen and Martin Fishbein (1975) akhirnya mengembangkan suatu teori yang kemudian dikenal dengan *Theory of Reasoned Action*. Pada teori ini, niat merupakan faktor yang mempengaruhi terjadinya suatu tindakan. Niat adalah keinginan untuk melakukan perilaku dan niat dipengaruhi dua faktor dasar, yaitu faktor pribadi dan faktor sosial. Kedua faktor tersebut berpengaruh positif menyebabkan perilaku. Perilaku merupakan tindakan aktual individu akibat dari faktor-faktor yang mempengaruhinya (Ajzen, 1991), seperti digambarkan dibawah ini. Dalam model teori TRA dikembangkan suatu konstruksi bahwa *behaviors* suatu individu bergantung dari beberapa variabel yang saling berhubungan, yaitu *beliefs*, *attitudes*, *norms*, dan *intentions*. Faktor pertama adalah faktor pribadi, faktor utama yang berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap. *Attitude* (sikap) adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Fishbein and Ajzen (1975) mendefinisikan sikap sebagai jumlah dari afeksi yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluative dua kutub misal, baik atau buruk, setuju atau menolak, dan sebagainya. Sikap seseorang terhadap sistem informasi menunjukkan seberapa

jauh sistem informasi tersebut dirasa baik atau buruk, serta setuju atau menolaknya individu tersebut terhadap penggunaan sistem informasi yang ada.

Faktor kedua adalah pengaruh sosial, faktor utama yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah *subjective norm*. *Subjective norm* adalah persepsi individu mengenai kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang sedang dipertimbangkan (Lu, *et al.*, 2010). sikap dan *subjective norm* yang membentuk niat merupakan penentu utama dari perilaku, namun terdapat juga kemungkinan variabel-variabel lain yang mempengaruhi perilaku (Fishbein and Ajzen, 1975). Variabel-variabel ini disebut dengan variabel eksternal yang mempengaruhi perilaku secara tidak langsung. Contoh variabel eksternal tersebut misalnya variabel demografi, karakteristik personalitas, kepercayaan mengenai obyek, dan sebagainya. Hubungan antara konstruk-konstruk TRA seperti ditunjukkan.



Sumber: Lu, *et al.*, (2010)

Gambar 2. 2 Theory of Reasoned Action

Teori tindakan beralasan TRA hanya dimaksudkan untuk menjelaskan perilaku yang mengerjakan sesuatu secara sukarela, bukan perilaku-perilaku yang diwajibkan dimana individu memiliki tingkat kontrol kemauan yang tinggi. Oleh karena itu, model ini sebenarnya kurang tepat jika digunakan untuk

memprediksi perilaku-perilaku spontan, kebiasaan yang diinginkan, perilaku yang sudah diatur atau perilaku kurang bersemangat terhadap sesuatu. Hal ini dikarenakan perilaku-perilaku ini tidak dilakukan secara sukarela dan juga perilaku yang dikerjakan tanpa atau kurang niat dari pelakunya.

2.1.4. *Motivational Model (MM)*

Dalam teori model ini Davis, *et al.*, (1992) meneliti mengenai motivasi apa yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan komputer pada tempat kerjanya. Penelitian yang dilakukan kepada 200 orang responden untuk menggunakan program pengolah kata "*WriteOne*" yang berbasis pada *Personal Computer (PC)*.

Menurut para pakar motivasi, ada dua macam motivasi yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yaitu

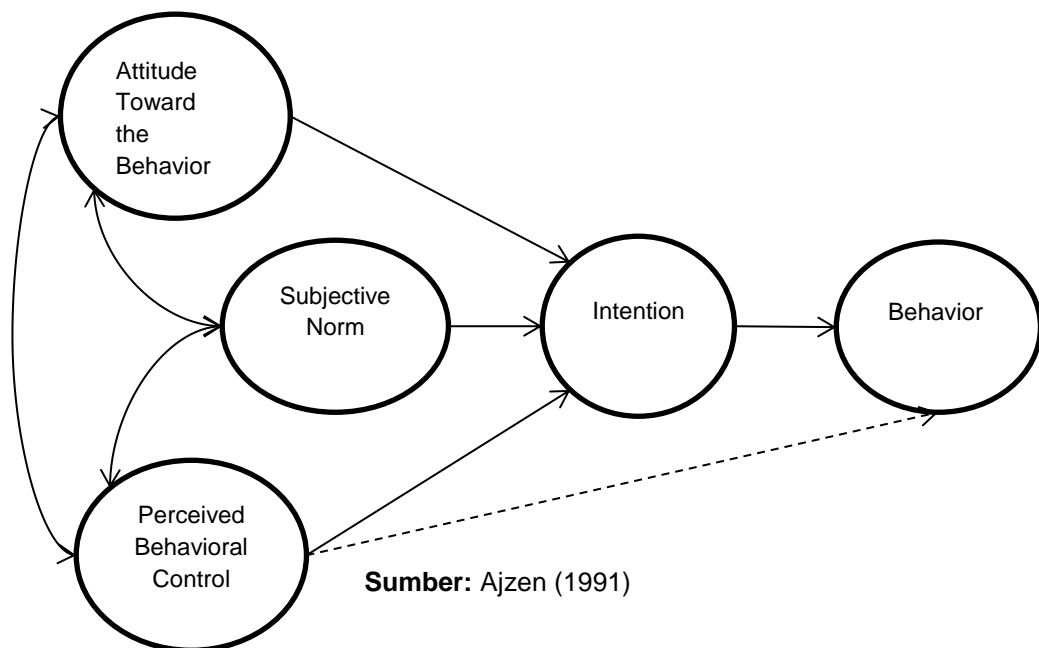
- 1) *Extrinsic Motivation*, didefinisikan sebagai persepsi keinginan pengguna untuk melakukan suatu kegiatan yang dipersepsikan sebagai alat dalam pencapaian hasil, namun berbeda dari kegiatan itu sendiri, misalnya dalam hal peningkatan kinerja, penghasilan serta promosi jabatan (Lawler and Porter; 1967; Mitchell and Biglan, 1971).
- 2) *Intrinsic Motivation*, didefinisikan sebagai persepsi dimana pengguna ingin melakukan suatu kegiatan dikarenakan tidak adanya *apparent reinforcement* (alasan kuat yang jelas) selain proses dalam melakukan kegiatan itu sendiri (Berlyne, 1966; deCharms, 1986; White, 1959).

Dalam studi model *MM* ini menyimpulkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan komputer di tempat kerja pertama dipengaruhi oleh dua faktor. Faktor pertama adalah persepsi terhadap sejauh mana manfaat komputer dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka dan faktor kedua adalah sejauh mana

dapat memberikan perasaan *enjoyment* pada saat menggunakan komputer itu sendiri.

2.1.5. Theory of Planned Behavior (TPB)

Pengembangan dari TRA adalah TPB. TPB memperluas kerangka teoritis TRA dan menjelaskan serta memprediksi pola perilaku manusia (Ajzen, 1991). Ajzen (1991) menambahkan sebuah konstruk yang sebelumnya tidak ada didalam TRA. Konstruk yang ditambahkan tersebut adalah *perceived behavioral control*. *Perceived behavioral control* (PBC) didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan persepsian untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Menurut Tylor and Tod (1995), *perceived behavioral control* adalah persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku dalam konteks sistem teknologi informasi.

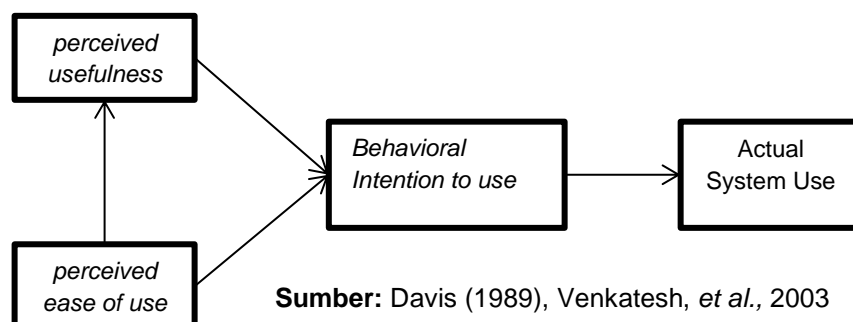


Gambar 2. 3 Theory of Planned Behavior

Pada *TPB*, *PBC* bersama-sama dengan *Behavioral Intention (BI)* dapat digunakan secara langsung untuk memprediksi perilaku seseorang yang sepenuhnya tidak dibawah kendali individu.

2.1.6. *Theory Acceptance Model (TAM)*

Theory Acceptance Model merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986) yang merupakan pengembangan dari *TRA* oleh Ajzen and Fishbein (1980). Model *TRA* didasarkan pada asumsi bahwa keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima atau menolak suatu teknologi informasi adalah tindakan sadar yang dapat diprediksi berdasarkan niat perilakunya. *TAM* menambahkan dua konstruk dari model *TRA* dua konstruk tersebut adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Argumentasi *TAM* bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Kedua konstruk tersebut akan mempengaruhi *attitude* terhadap perilaku yang kemudian membentuk *behavioral intention* yang merupakan dasar dari *behavioral* yang dilakukan oleh individu.



Sumber: Davis (1989), Venkatesh, et al., 2003

Gambar 2. 4 Theory Acceptance Model

Penelitian-penelitian selanjutnya mencoba mengembangkan model *TAM* dengan menambah variabel-variabel eksternal/eksogen. Variabel-variabel eksternal yang digunakan dapat dikategorikan misalnya sebagai variabel individual, kultur, organisasi, dan sebagainya (Mustakini, 2007). Penerapan *TAM* dimaksudkan untuk menjelaskan model koseptual tahap derajat niat atau penerimaan pengguna sistem informasi dan teknologi baru (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989). *TAM* dimaksudkan untuk permodelan dari penggunaan teknologi, maka perilaku yang timbul dari niat berperilaku adalah perilaku dalam menggunakan teknologi. *TAM* dimaksudkan untuk permodelan penggunaan teknologi, maka *TAM* akan digunakan menjadi salah satu teori dasar penelitian ini.

2.1.7. *Perceived Enjoyment*

Perceived enjoyment adalah tingkat keyakinan suatu kegiatan menggunakan komputer/teknologi dipersepsikan menjadi sesuatu yang secara pribadi menyenangkan di luar dari nilai instrumental teknologinya (Davis, *et al.*, 1992). *Perceived enjoyment* diartikan sebagai sejauh mana aktivitas menggunakan sistem dianggap menyenangkan dalam dirinya sendiri, selain dari konsekuensi kerja yang dihasilkan dari penggunaan.

Seorang individu dapat merasakan kenikmatan atau kesenangan dari menggunakan sistem tertentu, dan merasakan keterlibatan langsung dalam menggunakan teknologi baru untuk akan terasa menyenangkan dalam dirinya sendiri (Davis, 1989). Moon and Kim (2001)) melihat *perceived enjoyment* sebagai sumber motivasi intrinsik, mengacu pada kinerja dari suatu kegiatan tanpa alasan yang jelas selain proses kinerja itu sendiri. Pada penelitian yang dilakukan Bruner II and Kumar (2005) konstruk *perceived enjoyment*, suatu

sistem dianggap mudah digunakan akan dipahami sebagai sesuatu hal yang dianggap lebih menyenangkan untuk digunakan, dan mengarah ke hubungan yang lebih kuat antara *perceived fun* serta sikap terhadap produk tertentu tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *consumers behavioral*.

2.1.8. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM di Indonesia berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu untuk usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja mulai dari 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. Beberapa negara memiliki standar berbeda dalam mendefinisikan UMKM berkaitan dengan hukum yang berbeda pula. Afrika Selatan menggunakan kombinasi antara jumlah karyawan, pendapatan usaha, dan total aset sebagai ukuran dalam kategorisasi usaha (Abor, *et al.*, 2010). Peru mendasarkan klasifikasi UMKM berdasarkan jumlah karyawan dan tingkat penjualan per tahun. Costa Rica menggunakan sistem poin berdasarkan tenaga kerja, penjualan tahunan, dan total aset sebagai dasar klasifikasi usaha. Bolivia mendefinisikan UMKM berdasarkan tenaga kerja, penjualan per tahun, dan besaran aset. Republik Dominika menggunakan karyawan dan tingkat penjualan per tahun sebagai tolak ukur. Tunisia memiliki konsensus umum yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah karyawan (Ayyagari, *et al.*, 2005). Di samping itu, ada pula beberapa negara yang menggunakan standar ganda dalam mendefinisikan UMKM dengan mempertimbangkan sektor usaha. Afrika Selatan membedakan definisi UMKM untuk sektor pertambangan, listrik, manufaktur, dan konstruksi (Abor, *et al.*, 2010). Argentina menetapkan bahwa sektor industri, ritel, jasa, dan pertanian memiliki batasan tingkat penjualan berbeda dalam klasifikasi usaha. Malaysia

membedakan definisi UMKM untuk bidang manufaktur dan jasa, masing-masing berdasarkan jumlah karyawan dan jumlah penjualan tahunan (Dacanay and Marie, 2009).

Indonesia memiliki kementerian yang khusus menangani masalah koperasi dan UMKM di bawah Kemenkop dan UKM, tetapi pada beberapa negara tidak memiliki lembaga serupa khusus yang menangani bidang ini. Acevedo, *et al.*, (2010) dalam penelitiannya mengatakan, umumnya negara-negara ini memiliki atau mengepalai komisi khusus yang menangani permasalahan UMKM di berbagai aspek seperti, negara-negara di Amerika Latin, seperti Brazil, El Salvador, Costa Rica, Ekuador, Kolombia, Argentina, dan Republik Dominika memiliki komisi semacam ini. Peru bahkan memiliki tiga komisi berkaitan dengan pengembangan UMKM, yaitu komisi promosi UMKM (*PROMPYME*), program pengembangan berbasis *voucher* bagi UMKM (*BONOPYME*), dan program inovasi teknologi manufaktur sepatu (*CITE-Calzado*). Lembaga khusus serupa juga dapat ditemukan di negara-negara benua Afrika, seperti Afrika Selatan, Maroko, dan Tunisia.

2.2. Penelitian Terdahulu

Shin and Lee (2014) "*The Effect Of Technology Readiness And Technology Acceptance On NFC Mobile Payment Service In Korea*". Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini telah disajikan untuk memperluas pemahaman kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi baru. Kontribusi teoritis utama dari penelitian ini adalah pengembangan dari *TRAM* dan *Technology Characteristics* sangat berguna untuk memahami adopsi *Mobile Payment* dan mengkaji penerapan *Mobile Payment* sebagai *ICT* baru oleh individu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjadi layanan

pembayaran yang sukses, layanan pembayaran mobile NFC harus lebih fokus pada kegunaan dibandingkan metode pembayaran alternatif lainnya.

Walczuch, *et al.*, (2006) "*the effect of service employees' technology readiness on technology acceptance*". Peneliti melihat dari sisi koefisien individu bahwa semua dimensi *TRI* memiliki pengaruh yang signifikan pada *Perceived Ease of use (PEU)* ke arah hipotesis. Mengenai *Perceived Usefulness (PU)*, peneliti menyimpulkan bahwa *optimism* secara signifikan dan positif dipengaruhi *PU* teknologi. Hal ini Bertentangan dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, analisis peneliti menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara *inovativeness* dan *PU*. Selanjutnya, *insecurity* dipengaruhi secara negatif oleh *PU*, sedangkan *discomfort* tampaknya tidak terkait dengan *PU*. Akhirnya, hasil akhir peneliti menunjukkan hubungan positif yang kuat antara *PEU* dan *PU*.

Lin, *et al.*, (2007) "*Intergrating Technology Readiness into The TRAM Model*". Pada penelitian ini pengaruh *PU* dan *PEU* di *Use Intention (UI)* lebih kuat dalam model dipangkas dari pada model penuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model *TRAM* yang terintegrasi tanpa memperkirakan jalur dari *TR* ke *UI* lebih disukai. *TR* yang berteori menjadi penyebab dari *PU* dan *PEU*, yang kemudian mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan *UI eServices*. *PU* dan *PEU* keduanya memiliki efek mediasi lengkap antara *TR* dan *consumers use intention* konsumen.

Fagan, *et al.*, (2008) "*Exploring The Intention To Use Computers: an Empirical Investigation of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, and Perceived Ease of Use*". Penelitian ini menunjukkan bahwa, jika tugas komputer dapat dibuat menjadi lebih intrinsik memotivasi, pengguna dapat melihat aplikasi seperti lebih mudah digunakan dan lebih bermanfaat. Dalam konteks seperti perusahaan

manufaktur menengah dimana tempat penelitian ini dilakukan, perusahaan memotivasi dengan memberikan pelatihan komputer dasar untuk mengembangkan metode dalam meningkatkan *perceived enjoyment* pengguna dari sistem sebagai metode untuk meningkatkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, dua prediktor kunci dari *behavioral intention* untuk menggunakan sistem.

Teo and Noyes (2011) "*An Assessment of The Influence of Perceived Enjoyment and Attitude on The Intention to Use Technology Among Pre-Service Teachers: A Structural Equation Modeling Approach*". Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak dari *Perceived Enjoyment* sebagai variabel eksternal ke *TAM* dan menilai peran sikap terhadap penggunaannya dalam *TAM*. Studi ini menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan tidak prediktor signifikan dari niat untuk menggunakan teknologi dan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan adalah prediktor signifikan dari niat untuk menggunakan teknologi terutama dalam kondisi wajib penggunaan teknologi (Venkatesh, et al., 2003).

Esen and Erdogmus (2014) "*Effects of Technology Readiness On Technology Acceptance in eHRM: Mediating Role of Perceived Usefulness*". Temuan ini menunjukkan bahwa jika pengguna menganggap suatu teknologi berguna, *Perceived Ease of Use* akan mempengaruhi *Intention to Use (IU)*. Ini berarti bahwa *PU* adalah mediator antara *PEU* dan *IU*. Dalam penelitian ini *PU* memiliki dampak positif yang kuat pada niat untuk menggunakan tetapi *PEU* tidak berdampak pada itu. *PEU* memiliki dampak pada *PU*. Temuan ini didukung Lin, et al., (2005). Temuan ini menunjukkan bahwa orang-orang yang dianggap *eHRM* berguna memiliki kecenderungan positif untuk menggunakan *eHRM* tetapi

mereka yang menganggap *eHRM* mudah untuk digunakan tidak memiliki niat untuk menggunakannya. Itu juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki dampak positif pada kegunaan yang dirasakan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat adalah mediator antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat untuk menggunakan. Perlu ditekankan bahwa persepsi manfaat penting dalam adopsi *eHRM*.

Khalid (2014) "*The Role of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment in Assessing Students Intention to Use LMS Using 3-TUM*". Penelitian ini adalah salah satu dari beberapa upaya untuk menyelidiki penerimaan *LMS* pada mahasiswa sebagai tambahan pada tatap muka perkuliahan. Kualitas sistem harus dipertimbangkan ketika memahami sikap pengguna atau penggunaan terhadap *LMS*. Kedua, kegunaan dan kenikmatan memainkan peran penting untuk memahami niat individu untuk menggunakan *LMS*. Temuan menunjukkan bahwa *usefulness* dan *perceived enjoyment* yang ditemukan merupakan pendorong utama untuk adopsi dan penggunaan *LMS*. Munculnya persepsi seperti di *eLearning* harus dianggap sebagai faktor penting oleh instruktur, pengembang dan lembaga dalam rangka memberikan penggunaan yang lebih berkelanjutan teknologi di lingkungan pendidikan. Oleh karena itu, *LMS* sukses dan efektif harus menekankan pada termasuk komponen utilitas dan menyenangkan.

Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu

	Penulis, Tahun dan Judul Penelitian	Sampel dan Analisis	Variabel	Hipotesis	Hasil
	<p>Shin and Lee (2014)</p> <p><i>“The Effect Of Technology Readiness And Technology Acceptance On NFC Mobile Payment Service In Korea”</i></p>	<p>Responden sebanyak 585 di Korea dan menggunakan analisis SEM.</p>	<p><i>Optimism, Innovativeness, Insecurity, Discomfort, Responsiveness, Smartness, Perceived Ease of use, Perceived Usefulness, Intention To Use</i></p>	<p><i>H1: Optimism→PEU</i> <i>H2: Innovativeness→PEU</i> <i>H3: Insecurity→PEU</i> <i>H4: Discomfort→PEU</i> <i>H5: Responsiveness→PU</i> <i>H6: Smartness→PU</i> <i>H7: PEU→PU</i> <i>H8: PEU→UI</i> <i>H9: PU→UI</i></p>	<p><i>perceived value</i> signifikan pada tingkat $p < 0.001$ level ($\beta = 0.410$), empat antecedent lainnya signifikan <i>Usefulness</i> ($\beta = 0.080$, $p = 0.309$), <i>Enjoyment</i> ($\beta = 0.094$, $p = 0.243$), <i>Technicality</i> ($\beta = 0.014$, $p = 0.864$), <i>Perceived fee</i> ($\beta = -0.045$, $p = 0.309522$), H1, H2, H3, H4 dan H5 signifikan.</p>
	<p>Walczuch, Lemmink and Streukens (2006).</p> <p><i>“The Effect of Service Employees Technology Readiness on Technology Acceptance”</i></p>	<p>Responden sebanyak 1126 orang di Belanda dan Perancis, analisis menggunakan SEM.</p>	<p><i>Optimism, Innovativeness, Insecurity, Discomfort, Perceived Ease of use, Perceived Usefulness</i></p>	<p><i>Optimism→PEU</i> <i>Innovativeness→PEU</i> <i>Insecurity→PEU</i> <i>Discomfort→PEU</i> <i>Optimism→PU</i> <i>Inovativeness→PU</i> <i>Insecurity→PU</i> <i>Discomfort→PU</i> <i>PEU→PU</i></p>	<p><i>Optimism→PEU</i> ($\beta = 0.18$; $p < 0,0001$) signifikan <i>Innovativeness→PEU</i> $\beta = 0.10$; $p < 0,016$) signifikan <i>Insecurity→PEU</i> $\beta = -0.09$; $p < 0,015$) signifikan <i>Discomfort→PEU</i> $\beta = -0.12$; $p < 0,002$) signifikan <i>Optimism→PU</i> $\beta = 0.31$; $p < 0,0001$) signifikan <i>Inovativeness→PU</i> $\beta = -0.13$; $p < 0,0001$) signifikan negatif <i>Insecurity→PU</i> $\beta = -0.08$; $p < 0,024$) signifikan <i>Discomfort→PU</i> $\beta = 0.058$; $p < 0,056$) signifikan</p>

					PEU→PU $\beta=0.46$; $p<0,0001$) signifikan
	Lin, Shih and Sher (2007). "Intergrating Technology Readiness into The TRAM Model".	Sampel sebanyak 406 Responden di Taiwan, dan menggunakan AMOS 4 sebagai alat analisis.	Optimism, Innovativeness, Insecurity, Discomfort, Technology Readiness, Use Intention, Perceived Ease of use, Perceived Usefulness	H1; TR → PU H2; TR→ PEU H3; TR→UI H4; PU→UI H5; PEU→UI H6; PEU→PU	TR → PU (t 6.84) signifikan TR→ PEU (t 14.64) signifikan TR→UI (t 1.43) signifikan PU→UI (t 8.13) signifikan PEU→UI (t 2.78) signifikan PEU→PU (t 4.30) signifikan
	Fagan, Neil and Wooldrige (2008). "Exploring The Intention To Use Computers: an Empirical Investigation of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, and Perceived Ease of Use"	Sampel terdiri dari 172 manajer lini pertama perusahaan manufaktur berukuran menengah yang terletak di barat daya Amerika Serikat. analisis digunakan <i>convariance factor analysis</i> .	Perceived Enjoyment Behavior Intention to Use Perceived Usefulness Perceived Ease of use	H1: PEN→BI H2: PU→BI H3: PEU→BI H4: PEN→PU H5: PEU→PU H6: PEN→PEU	H1: PE→BI (t 0.09) tidak signifikan H2: PU→BI (t 4.71) signifikan H3: PEU→BI (t 3.79) signifikan H4: PEN→PU (t 3.62) signifikan H5: PEU→PU (t 2.21) signifikan H6: PEN→PEU (t 8.65) signifikan
	Teo and Noyes (2011). "An Assessment of The Influence of Perceived Enjoyment and Attitude on The Intention to Use Technology Among Pre-	Mengambil 153 sampel di National Institute of Education di Singapura. Amos dan SEM digunakan dalam menganalisis	Perceived Enjoyment Perceived Usefulness Perceived Ease of use Intention to Use Attitude Toward Use	H1: ATU→IU H2: PU→ATU H3: PEU→ATU H4: PEN→IU H5: PEN→PU H6: PEN→PEU	H1: AT H1: ATU→IU (t -0.539) tidak signifikan H2: PU→ATU (t 2.021) signifikan H3: PEU→ATU (t 3.700) signifikan H4: PEN→IU (t 4.188) signifikan H5: PEN→PU (t 6.957) signifikan H6: PEN→PE (t 9.079) signifikan

	<i>Service Teachers: A Structural Equation Modeling Approach</i>	penelitian ini.			
	Khalid (2014). "The Role of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment in Assessing Students Intention to Use LMS Using 3-TUM"	Partisipan sebanyak 199 siswa diantaranya 46 pria dan 73 wanita di Selangor. Analisis regresi.	<i>System Quality Perceived Enjoyment Behavioral Intention Perceived Usefulness</i>	H1; PEN → SQ H2; PU → SQ H3; BI → PU H4; BI → PEN H5; PU → PEN	H1; PEN → SQ (F= 43.82, $p = 0.00$, $R^2 = 0.27$) signifikan H2; PU → SQ (F = 49.27, $p = 0.00$, $R^2 = 0.30$) signifikan H3 dan H4; PU, PEN → BI (F= 132.89, $p = 0.00$, $R^2 = 0.53$) signifikan H5; PU → PEN (F= 9,06, $p = 0.00$, $R^2 = 0,30$) signifikan
	Esen and Erdogmus (2014). "Effects of Technology Readiness On Technology Acceptance in E-HRM: Mediating Role of Perceived Usefulness"	Kuisiner yang kirimkan sebanyak 500 dan yang merespon hanya 86 responden manager sumber daya manusia di Turki. Penelitian ini menggunakan PLS dan SPSS sebagai alat analisis.	<i>Optimism Innovativeness Insecurity Discomfort Perceived Ease of use Perceived usefulness Intention to Use</i>	H1; <i>Optimism</i> → PU H2; <i>Optimism</i> → PEU H3; <i>Innovativeness</i> → PU H4; <i>Innovativeness</i> → PEU H5; <i>Discomvort</i> → PU H6; <i>Discomvort</i> → PEU H7; <i>Insecurity</i> → PU H8; <i>Insecurity</i> → PEU H9; PEU → IU H10; PU → IU H11; PEU → PU	<i>optimism</i> berkorelasi positif dengan <i>Innovativeness</i> , <i>perceived usefulness</i> and <i>intention to use</i> ($r = 0,55$, $0,28$ dan $0,37$, $p < 0,01$). <i>Innovativeness</i> berkorelasi positif dengan <i>Perceived usefulness</i> dan <i>Intention to Use</i> ($r = 0,22$, $p < 0,05$ dan $0,30$, $p < 0,01$). <i>Discomfort</i> berkorelasi negatif dengan <i>Perceived usefulness</i> dan <i>Intention to Use</i> ($r = -.32$, $0,30$ dan $-.30$, $p < 0,01$). <i>Insecurity</i> berkorelasi negatif dengan hanya <i>Perceived Ease of use</i> ($r = -.23$, $p \text{ value} < 0,05$.) <i>perceived usefulness</i> berkorelasi positif dengan <i>Perceived Ease of use</i> dan <i>Intention to Use</i> ($r = 0,23$, $p < 0,05$ dan $0,81$, $p < 0,01$)

Ket: BI-Behavior Intention, IU-Intention to Use, PEN-Perceived Enjoyment, SQ-System Quality, PU-Perceived Usefulness, PEU-Perceived Ease of Use, ATU-Attitude Toward Use, TR-Technology Readines, PF-Perceived Fee, PV-Perceived Value.

Sumber: Penelitian terdahulu