

ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* PADA PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DI PERUSAHAAN AGENSI PROPERTI

Hendra Dinata^{1*}
Universitas Surabaya

Abstrak

Penggunaan teknologi informasi yang telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses bisnis di sebuah perusahaan agensi properti, melibatkan juga para agen penjual di dalamnya yang sebelumnya bekerja tanpa dukungan dari kehadiran teknologi informasi. Penelitian ini sendiri dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh pada penerimaan atas teknologi informasi tersebut pada perusahaan agensi properti dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi kemudahan dalam penggunaan, persepsi manfaat, sikap dalam penggunaan, minat penggunaan dan penggunaan sistem yang sebenarnya. Data diambil dari 126 orang agen penjual melalui kuisioner online. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa persepsi atas kemudahan dalam penggunaan teknologi yang ada berpengaruh terhadap persepsi manfaat dan sikap dalam penggunaannya, dan persepsi manfaat berpengaruh pada sikap dalam penggunaan suatu teknologi dan minat seseorang untuk menggunakannya. Sementara sikap dalam penggunaan juga memiliki pengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan teknologi informasi dan minat ini juga mempengaruhi bagaimana penggunaan teknologi informasi itu yang sebenarnya.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model; Agensi Properti; Teknologi Informasi*

Abstract

The use of information technology that has become an inseparable part of the business process in a property agency organization, also involves sales agents in it who previously worked without the support of the presence of information technology. This research itself was conducted with the aim to find out and explain the factors that influence the acceptance of information technology in property agency organization using the Technology Acceptance Model (TAM) framework. These factors include the perceived ease of use, perceived usefulness, attitude toward using, behavioral intention of use and actual sistem use. Data was collected from 126 sales agents through online questionnaires. From the results of the study concluded that the perception of the ease of use of existing technology affects the perception of usefulness and attitudes toward using, and the perception of usefulness affects the attitude toward using of a technology and behavioral intention of use. While the attitude toward using also has an influence on behavioral intention of use of information technology and this behavioral intention of use also influences how the actual use of information technology is.

Keywords: *Technology Acceptance Model; Property Agency; Information Technology*

1. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi yang diterapkan pada suatu perusahaan dapat memiliki peran sebagai entitas yang membentuk jalannya bisnis itu sendiri. A&A Indonesia, sebagai salah satu perusahaan agensi properti terkemuka di Indonesia, juga telah menerapkan teknologi informasi yang menyatu dengan proses bisnis yang dijalankannya hingga saat ini. Penggunaan

^{*}Penulis Korespondensi

teknologi informasi pada perusahaan A&A Indonesia adalah sebagai bagian dari implementasi *Business Process Reengineering* (BPR) yang dilakukannya sejak awal 2017 hingga awal 2018.

Pada implementasi BPR yang dilakukan oleh A&A Indonesia, didapati bawah teknologi informasi telah memegang peran penting dalam mendukung kesuksesan implementasi ini

C-44-1

(Dinata, 2020). Proses bisnis baru yang terbentuk dari hasil implementasi BPR dapat dijalankan dengan baik dengan dukungan dari teknologi informasi yang ada, di mana teknologi informasi itu juga telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses bisnis tersebut.

Pada masa implementasi BPR ini, pihak manajemen telah berupaya untuk menumbuhkan motivasi dan penerimaan dari para karyawan dalam menggunakan teknologi informasi yang ada. Karena tanpa adanya komunikasi dan komitmen dari pihak manajemen, justru akan menimbulkan penolakan dari para karyawan dalam menggunakan teknologi informasi yang baru (Khan, dkk., 2012).

Karyawan yang terlibat dalam penggunaan teknologi informasi baru ini bukan hanya karyawan di bagian administrasi atau *back-office* saja. Tetapi, teknologi informasi yang ada didesain agar melibatkan juga para agen penjual yang biasanya berada di lapangan. Mereka, para agen penjual ini, yang sebelumnya hanya fokus pada pemberian layanan jasa kepada pelanggan, sekarang juga mulai dilibatkan secara aktif dalam proses administratif pengelolaan data, yaitu dengan difasilitasi suatu sistem yang dapat diakses dengan mudah juga oleh mereka.

Untuk itu, layak untuk dicermati faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan mereka, para agen penjual, dalam menggunakan teknologi informasi yang ada. Untuk mengetahui dan mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi, kerangka model dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat digunakan. TAM, yang diperkenalkan oleh Fred Davis, merupakan alat yang baik, yang dapat memberikan penjelasan yang kuat dan juga cukup sederhana tentang penerimaan atau pengadopsian, serta perilaku dari para pengguna suatu teknologi informasi (Park, 2009; Priyanka & Kumar, 2014). Pada

penelitian lain dengan kasus yang serupa, yakni penggunaan suatu teknologi informasi baru untuk mendukung dan mengotomasi kerja, juga menggunakan kerangka TAM (Devi, 2014; Ferda, dkk., 2011; Supriyanti & Cholil, 2016). Dengan menggunakan TAM, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan teknologi informasi yang sebenarnya (*actual system use*) dipengaruhi oleh empat variabel pendahulunya yaitu minat penggunaan (*behavioral intension of use*), sikap dalam penggunaan (*attitude toward using*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah model penelitian *explanatory* (penjelasan) dengan menjelaskan hubungan kausal di antara variabel yang ada dengan menguji hipotesis. Sama seperti penelitian-penelitian sebelumnya, dalam menggunakan model TAM untuk mengetahui tingkat adopsi sebuah teknologi informasi yang baru, terdapat lima variabel yang menjadi konstruksinya yang terutama (Hanggono, dkk., 2015). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

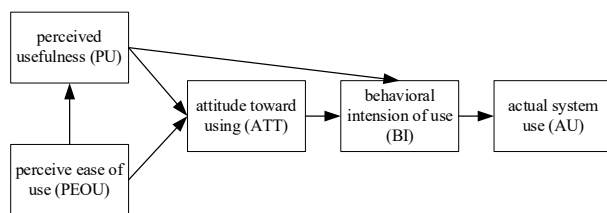
- a) Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan (*perceive ease of use/ PEOU*), yaitu suatu tingkat pandangan seseorang memiliki keyakinan bahwa teknologi yang ada dapat digunakan dengan mudah tanpa menemui hambatan yang berarti.
- b) Persepsi Manfaat (*perceived usefulness/ PU*), yaitu tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi bahwa teknologi yang itu akan dapat memberikan suatu keuntungan terhadap peningkatan kinerjanya.
- c) Sikap Dalam Penggunaan (*attitude toward using/ ATT*), yaitu suatu sikap seseorang untuk menyukai atau tidak suka terhadap suatu produk teknologi tertentu sebagai hasil evaluasi tentang rasa ketertarikannya dalam memakai teknologi itu.

- d) Minat Penggunaan (*behavioral intension of use/ BI*), yaitu tingkatan minat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi yang ada sekarang di kemudian hari. Bahwa minat seseorang mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku untuk menggunakannya (Attuquayefio, 2014).
- e) Penggunaan Yang Sebenarnya (*actual system use/ AU*), yaitu pembuktian kondisi nyata penggunaan suatu teknologi yang bisa diukur dari fekuensi dan durasi waktu penggunaannya.

Kelima variabel di atas digambarkan dalam hubungan seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa hipotesis yang hendak diuji yaitu:

- H1: PEOU mempengaruhi PU
 H2: PEOU mempengaruhi ATT
 H3: PU mempengaruhi ATT
 H4: PU mempengaruhi BI
 H5: ATT mempengaruhi BI
 H6: BI mempengaruhi AU

Sedangkan daftar item pertanyaan pada masing-masing variabel, dapat dilihat pada Tabel 1 berikut di bawah ini.



Gambar 1.
Technology Acceptance Model

Tabel 1. Variabel dan Item Pertanyaan

Variabel	Percentage of Survival (%)
PEOU	1. Mudah untuk mengakses sistem 2. Mudah untuk mengelola data properti 3. Mudah untuk mencari data properti

	4. Mudah untuk mengakses laporan
PU	1. Saya dapat menghemat waktu dalam mengelola data tanpa harus datang ke kantor 2. Perusahaan dapat menghemat penggunaan kertas 3. Laporan yang saya terima menjadi lebih cepat 4. Saya dapat memberikan respon atas laporan lebih cepat
ATT	1. Sistem sudah sesuai dengan tuntutan pekerjaan 2. Sistem dapat menyajikan informasi dengan cepat dan akurat 3. Sistem dapat menyajikan informasi properti yang dibutuhkan calon pembeli melalui website
BI	1. Saya merasa akan sulit jika harus kembali mengerjakan pekerjaan saya tanpa sistem ini 2. Saya sudah merasa nyaman menggunakan sistem ini 3. Sistem yang sekarang masih data dikembangkan lagi jika ada kebutuhan baru
AU	1. Saya selalu menggunakan sistem ini untuk mengolah data properti saya 2. Saya selalu menggunakan sistem ini untuk memperoleh laporan harian

Penggunaan teknologi informasi di A&A Indonesia sebagai bagian tak terpisahkan dari *business process reengineering*, menasar juga pada para agen penjual yang selama ini bekerja di lapangan. Untuk itu, data yang diolah untuk penelitian ini berasal dari 126 agen penjualan aktif. Pengumpulan data dilakukan pada awal tahun 2019, sekitar satu tahun sejak selesai

*Penulis Korespondensi

diterapkan teknologi informasi yang baru ini melalui kuisisioner online.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari hasil kuisisioner online yang didapat berasal dari 126 orang responden yang merupakan agen penjual dari perusahaan property A&A Indonesia dengan rentang usia 25-55 tahun. Data diolah dengan menggunakan program SPSS dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

a) Pengaruh *Perceive Ease of Use (PEOU)* terhadap *Perceive of Usefulness (PU)*

Pada Tabel 2 berikut dapat dilihat bahwa variabel PEOU memiliki t_{hitung} sebesar 5.836 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel PEOU memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variable PU. Besarnya pengaruh variabel PEOU terhadap variabel PU adalah sebesar 21.5%

Tabel 2. Hasil Regresi Linear PEOU Terhadap PU

Variabel	Standarized Coefficient	t_{hitung}	Sig. t
PEOU	0.464	5.836	0.000
R ² :0.215			

b) Pengaruh *Perceive Ease of Use (PEOU)* terhadap *Attitude Toward Using (ATT)*

Pada Tabel 3 berikut dapat dilihat bahwa variabel PEOU memiliki t_{hitung} sebesar 7.947 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel PEOU memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variable ATT. Besarnya pengaruh variabel PEOU terhadap variabel ATT adalah sebesar 33.7%

Tabel 3. Hasil Regresi Linear PEOU Terhadap ATT

Variabel	Standarized Coefficient	t_{hitung}	Sig. t
PEOU	0.581	7.947	0.000
R ² :0.337			

c) Pengaruh *Perceive Usefulness (PU)* terhadap *Attitude Toward Using (ATT)*

Pada Tabel 4 berikut dapat dilihat bahwa variabel PU memiliki t_{hitung} sebesar 6.182 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel PU memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variable ATT. Besarnya pengaruh variabel PU terhadap variabel ATT adalah sebesar 23.6%

Tabel 4. Hasil Regresi Linear PU Terhadap ATT

Variabel	Standarized Coefficient	t_{hitung}	Sig. t
PU	0.485	6.182	0.000
R ² :0.236			

Pada data di atas, tampak pengaruh persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi (*Perceive Ease of Use*) terhadap sikap dalam penggunaan (*Attitude Toward Using*) yaitu sebesar 0.581. Namun pengaruh tidak langsung atas persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi (*Perceive Ease of Use*) terhadap sikap dalam penggunaan (*Attitude Toward Using*) melalui persepsi manfaat (*Perceive Usefulness*) lebih kecil yaitu $0.464 \times 0.485 = 0.2250$. Hal ini memberikan arti bahwa sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi (*Attitude Toward Using*) besar pengaruhnya karena adanya persepsi orang atas kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi itu sendiri (*Perceive Ease of Use*). Namun jika seseorang mempersepsikan bahwa teknologi yang ada tidak benar-benar bermanfaat bagi

*Penulis Korespondensi

dirinya (*Perceive Usefulness*), maka akan menurunkan pengaruh persepsi kemudahan (*Perceive Ease of Use*) itu tadi terhadap sikap dalam penggunaan teknologi (*Attitude Toward Using*).

Hal ini bisa disadari bahwa para agen penjual tidak melibatkan penggunaan teknologi yang disediakan oleh perusahaan dalam bekerja selama ini. Tetapi sejak dilakukan implementasi BPR di perusahaan, penggunaan teknologi informasi menjadi sesuatu yang bersifat wajib. Namun demi menyukseskan implementasi BPR ini, pihak manajemen perusahaan berupaya untuk menghadirkan suatu sistem yang mudah untuk digunakan dan memberikan dampak manfaat secara langsung. Sehingga dengan demikian tidak timbul penolakan dari para agen penjual ini (Dinata, 2020; Khan, dkk., 2012).

d) *Pengaruh Perceive of Usefulness (PU) terhadap Behavioral Intension of Use (BI)*

Pada Tabel 5 berikut dapat dilihat bahwa variabel PU memiliki t_{hitung} sebesar 6.433 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel PU memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel BI. Besarnya pengaruh variabel PU terhadap variabel BI adalah sebesar 25.0%

Tabel 5. Hasil Regresi Linear PU Terhadap BI

Variabel	Standarized Coefficient	t_{hitung}	Sig. t
PU	0.500	6.433	0.000
R ² : 0.250			

e) *Pengaruh Attitude Toward Using (ATT) terhadap Behavioral Intension of Use (BI)*

Pada Tabel 6 berikut dapat dilihat bahwa variabel ATT memiliki t_{hitung} sebesar 9.503 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel ATT memiliki pengaruh yang signifikan secara

positif terhadap variabel BI. Besarnya pengaruh variabel ATT terhadap variabel BI adalah sebesar 42.1%. Hal ini juga sejalan dengan temuan dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap teknologi informasi itu menjadi faktor penentu yang sangat signifikan terhadap niat perilaku seseorang untuk tetap menggunakan teknologi informasi itu (Abramson, 2015; Suki, 2011).

Tabel 6. Hasil Regresi Linear ATT Terhadap BI

Variabel	Standarized Coefficient	t_{hitung}	Sig. t
PU	0.649	9.503	0.000
R ² : 0.421			

Jika diperhatikan pada data di atas, nilai pengaruh langsung variabel PU terhadap variabel BI adalah sebesar 0.500. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel PU terhadap variabel BI melalui variabel ATT yaitu sebesar $0.485 \times 0.649 = 0.315$. Hal ini dapat diartikan bahwa minat para karyawan agen penjual dalam menggunakan teknologi informasi (*Behavioral Intension of Use*) tampaknya lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi atas manfaat (*Perceive of Usefulness*) yang bisa diperolehnya. Meski demikian, apabila dijumpai rasa ketidaksukaan (*Attitude Toward Using*) terhadap kehadiran teknologi ini akan menyebabkan penurunan terhadap minat untuk menggunakan teknologi informasi (*Behavioral Intension of Use*).

f) *Pengaruh Behavioral Intension of Use (BI) terhadap Actual System Use (AU)*

Pada Tabel 7 berikut dapat dilihat bahwa variabel BI memiliki t_{hitung} sebesar 5.938 atau lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.979 dengan nilai Sig. 0.000 atau kurang dari 0.05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel BI memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel AU. Besarnya pengaruh variabel BI terhadap variabel AU adalah sebesar 22.1%.

*)Penulis Korespondensi

Tabel 7. Hasil Regresi Linear BI Terhadap AU

Variabel	Standarized Coefficient	t _{hitung}	Sig. t
PU	0.471	5.938	0.000
R ² : 0.221			

4. KESIMPULAN

Hasil implementasi BPR yang dilakukan oleh perusahaan A&A Indonesia yang bergerak di bidang agensi properti ini memang melahirkan suatu sistem yang memanfaatkan teknologi informasi di mana para agen penjualnya juga menjadi penggunanya. Pada penelitian ini telah dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penerimaan suatu teknologi informasi dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*. Dari hasil uji coba di atas dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan (*perceive ease of use*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*)
- 2) Variabel Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan (*perceive ease of use*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Sikap Dalam Penggunaan (*attitude toward using*)
- 3) Variabel Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Sikap Dalam Penggunaan (*attitude toward using*)
- 4) Variabel Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Minat Penggunaan (*behavioral intension of use*)
- 5) Variabel Sikap Dalam Penggunaan (*attitude toward using*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Minat Penggunaan (*behavioral intension of use*)

- 6) Variabel Minat Penggunaan (*behavioral intension of use*) memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel Penggunaan Yang Sebenarnya (*actual system use*)

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, menarik untuk diketahui sampai sejauh mana penerimaan teknologi ini dari sisi pelanggan atau calon pembeli properti. Sebab sistem yang dibangun, bukan hanya menghasilkan sistem yang dipakai internal saja, namun juga sebuah *website* yang ditujukan kepada pelanggan di luar sana. Dengan demikian, hasil penelitiannya juga bisa dimanfaatkan oleh entitas bisnis lain yang hendak menghadirkan suatu sistem *website* bagi para pelanggannya.

Daftar Pustaka

- Abramson, J; Dawson, M & Stevens. (2015). An Examination of the Prior Use of E-Learning Within an Extended Technology Acceptance Model and the Factors that Influence the Behaviorar Intention of Users to Use M-Learning. *SAGE Open*.1-9.
- Attuquayefio, S.N. (2014). Using the UTAUT Model to Analyze Students' ICT Adoption. *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology*. Vol. 10 (3), 75-86.
- Devi, Ni Luh Nyoman Sherina & Suartana, I Wayan. (2014). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol 6 (1), 167-184, ISSN: 2302-8556.
- Dinata, H. (2020). Business Process Reengineering: The Role of Information Technology as a Determinant of Success for Improving Performance. *INFORM*, 5(1), 25-31.

- Ferda, Ahmet, Serkan Benk, & Tamer Budak. (2011). The Acceptance of Tax Office Automation System (VEDOP) By Employees: Factorial Validation of Turkish Adapted Technology Acceptance Model (TAM). *International Journal of Economics and Finance*, 3(6), pp: 107-116.
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2015). Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 26 (1), 1-9.
- Khan, A. Z., Bokhari, R. H., Hussain, S. I. & Waheed, M. (2012). Realizing the Importance of User Participation and Business Process Reengineering during ERP Implementation. In *Proceedings of International Conference on Information and Knowledge Management (ICIKM 2012)*.
- Park, S. Y. (2009). An analysis of the Technology Acceptance Model in understanding university students' behavioral intention to use e-Learning." *Educational Technology & Society*, Vol. 12 (3), 150–162.
- Priyanka, S. & Kumar, M. A. (2014). A Study on Adoption of E-Recruitment Using Technology Acceptance Model (TAM) With Reference to Graduating Students in Universities in Bahrain. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*. Vol. 2 (9), 2321-7782.
- Supriyanti & Cholil, M. (2016). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit di Rumah Sakit Ortopedi Prof. Dr. R. Soeharso Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 18 (1). 42-51
- Suki, N.M. (2011). Exploring the Relationship Between Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Attitude and Subscribers' Intention Towards Using 3G Mobile Services. *Journal of Information Technology Management*. Vol. 22 (1), 1-7.