

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, penggunaan ponsel (telepon seluler) bukan lagi sekadar gaya hidup, tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan manusia dalam setiap aktivitasnya. Dalam perkembangannya, penggunaan perangkat tersebut tidak hanya untuk sms (*short message service*) dan panggilan bersuara (*voice call*) tetapi masyarakat kini juga memanfaatkan alat komunikasi untuk mendapatkan akses internet dan berkomunikasi serta mencari informasi terkini.

Penggunaan telepon selular untuk mengakses internet mulai meningkat pada awal 2000an, dengan munculnya telepon selular bernama komunikator (*communicator*). Di masa itu telepon selular jenis ini merupakan *gadget* dengan kemampuan mengakses internet yang terbaik. Namun demikian, sejalan dengan perkembangan teknologi telepon selular dan pergeseran selera konsumen, pada tahun 2008 para pengguna komunikastor mulai bergeser ke produk BlackBerry. Saat ini pengguna BlackBerry di Indonesia telah melebihi satu juta orang (www.swa.co.id, 27 Juli 2010). Ketersediaan perangkat yang bisa dibawa kemana saja (*mobile device*) secara massal dan harga yang relatif makin terjangkau mengubah pola dan gaya hidup masyarakat. *Mobile device* yang semakin memudahkan konektivitas pengguna akan semakin mendominasi pemanfaatan teknologi internet. Menurut data International Telecommunication Union (ITU)

yang dipaparkan oleh Qualcomm, saat ini setidaknya ada 5,7 miliar manusia yang terkoneksi satu sama lainnya melalui segala jenis perangkat bergerak. Data MarkPlus Insight mengatakan bahwa pada tahun 2011 ada 29 juta pengguna internet bergerak (*mobile internet user*) di Indonesia, angka ini meningkat hampir 100 persen dari tahun sebelumnya yang mencapai 16 juta orang.

Data terbaru Asosiasi Telekomunikasi Seluler Indonesia (ATSI) – yang terdiri dari 10 perusahaan telekomunikasi di Indonesia – mengemukakan bahwa jumlah pelanggan seluler (pengguna ponsel, telepon pintar, dan modem) di Indonesia telah mencapai lebih dari 240 juta orang (Nugraha, 2011). Padahal jumlah penduduk Indonesia berdasarkan Sensus penduduk tahun 2012 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang bekerjasama dengan United Nations Population Fund (UNFPA) dan Bappenas adalah 239 juta penduduk. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan penduduk Indonesia terhadap penggunaan layanan komunikasi (*voice call* dan sms) dan layanan internet sangat tinggi.

Ada beberapa teori mengenai niat perilaku yang sering digunakan untuk penelitian terhadap penerimaan dan penggunaan seseorang terhadap suatu teknologi tertentu. *Technology Acceptance Model* (TAM) menunjukkan bahwa variabel perilaku utama dalam mengadopsi sistem informasi adalah persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness* atau untuk selanjutnya disingkat *PU*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use* atau disingkat *PEOU*) (Davis, 1989). *PU* diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan *PEOU* diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa

menggunakan suatu sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). *Theory of Reasoned Action* (TRA) pertama kali diusulkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) niat pengguna untuk mengadopsi teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu sikap (*attitude*) dan pengaruh sosial (*subjective norm*). TRA kemudian berkembang ke *Theory Planned Behavior* (TPB) dengan menambahkan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) untuk menentukan niat dan perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Akhirnya, *Inovation Diffusion Theory* (IDT) yang diperkenalkan Everett Rogers pada tahun 1964 melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations*. Rogers (1983) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui berbagai saluran dan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial, dan inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap / dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Rogers menyelidiki berbagai faktor yang dianggap sebagai penentu untuk adopsi aktual dan penggunaan sistem informasi. Menurut IDT, pengadopsi potensial mengevaluasi inovasi yang didasarkan pada atribut inovasi yaitu keuntungan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compatibility*), kompleksitas (*complexity*), triabilitas (*triability*), dan observabilitas (*observability*). Oleh karena itu adanya suatu inovasi memerlukan jangka waktu tertentu untuk dikomunikasikan kepada anggota suatu sistem sosial. Dengan demikian, pengguna potensial suatu sistem komunikasi memerlukan keyakinan yang cukup untuk menerima atau menolak suatu inovasi (Agarwal, 2000). Tujuan utama dari difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu.

Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi sampai kepada masyarakat (Rogers, 1983). Lee *et al.* (2011) melakukan validasi mengenai faktor-faktor TAM dan IDT yang mempengaruhi minat perilaku pekerja dalam menggunakan sistem *e-learning*. Lebih lanjut, Zarpou *et al.* (2012) mengembangkan pendekatan Davis (1989) dan mengemukakan bahwa variabel perilaku pengadopsian sistem informasi mencakup niat perilaku (*behavioral intention* atau untuk selanjutnya disingkat BI), PU, PEOU, kepercayaan (*trust*), keinovatifan (*innovativeness*), hubungan dengan penerak (*drivers*) dan fungsionalitas dari perangkat berkenaan.

Liao (2010) meneliti kebutuhan akan perkembangan (inovasi) dalam perangkat komunikasi dan menyimpulkan bahwa aspek fungsi, bentuk dan efisiensi perangkat tersebut menjadi faktor atau variabel dominan mengapa orang menginginkan perangkat komunikasi seperti telepon pintar. Dari aspek fungsi, Liao membagi faktor berkenaan menjadi tiga variabel yaitu (1) kecerdasan atau kemampuan beragam (*versatility*), misalnya GPS (*Global Positioning System*) dan penelusuran (*browsing*) internet, (2) hiburan (*entertainment*), misalnya game, mp3, kamera, dan (3) esensialitas (*essentiality*), seperti fungsi komunikasi, alarm, memori eksternal. Sadia (2011) mengemukakan bahwa masyarakat di Pakistan saat ini lebih menyukai menggunakan *mobile device* yang dapat membantu mereka dalam menyelesaikan pekerjaan dan tugas pribadi mereka. Dalam dunia pendidikan, studinya di UK, Kukulska-Hulme (2005) menemukan bahwa PDA merupakan *mobile device* yang paling sering digunakan oleh mahasiswa untuk mengakses makalah / artikel, daftar isi (*table of contents*), *e-books* dan mencatat.

Motivasi penggunaan telepon pintar di kalangan perawat dan dokter di USA telah pula diamati oleh Park dan Chen (2007) yang menunjukkan adanya hubungan antara niat berperilaku menggunakan (*behavioral intention to use* atau untuk selanjut disingkat *BIU*) telepon pintar dengan kepercayaan diri menggunakan teknologi komputer (*computer self-efficacy* atau untuk selanjutnya disingkat *CSE*), PU, PEU dan sikap terhadap penggunaan telepon pintar (*attitude toward using smartphone* dan untuk seterusnya disingkat *ATUS*).

Telepon pintar adalah teknologi baru yang menyerupai Personal Digital Assistant (PDA) yang memiliki fungsi dan kemudahan dalam mengakses internet (Phillippi dan Wyatt, 2011). Perangkat ini pertama kali dikenalkan oleh IBM pada tahun 1992 dengan nama Simon, yang merupakan perangkat berisi kalkulator, memori komputer, email, games, notepad, dan faksimile. Hingga saat ini inovasi terhadap produk telepon pintar terus dilakukan yaitu dengan memasukkan fitur browsing internet, GPS, kalender, mp3, sistem operasi, pengorganisasian file, video, kamera, dan kebanyakan telepon pintar yang ditawarkan sekarang ini hadir dengan sistem pengoperasian layar sentuh.

Telepon pintar menjadi objek riset pada penelitian ini dikarenakan telepon pintar merupakan suatu pengembangan dan inovasi terhadap teknologi informasi. Inovasi tersebut dilakukan dengan cara menggabungkan beberapa teknologi informasi yang sudah ada sebelumnya ke dalam satu perangkat *mobile*. Suatu pengembangan dan inovasi terhadap suatu teknologi akan menjadi kurang dimanfaatkan dan ditinggalkan oleh pengguna teknologi tersebut jika penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut terbatas. Dengan kata lain keinginan

pengguna untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi akan mempengaruhi sejauh mana suatu teknologi tersebut akan bertahan. Satu hal yang menarik dari produk telepon pintar adalah hingga saat ini inovasi dan pengembangan produk telepon pintar masih terus dilakukan baik dalam bentuk peningkatan kinerja prosesor, bentuk, *operating system*, aplikasi pendukung, dan fitur pendukung.

Inovasi yang terus dilakukan terhadap produk telepon pintar ini tentu saja berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk memiliki produk tersebut. Gerard Tan, Account Director Digital Technology GfK Asia, mengatakan pasar telepon pintar di Asia Tenggara mencapai 7,7 juta unit atau senilai sekitar US\$ 2,4 miliar pada kuartal I 2012, dimana pertumbuhan telepon pintar di tujuh negara tersebut mulai dari 40% hingga 400% dibanding kuartal I 2011. Indonesia menjadi pasar terbesar bagi produk telepon pintar di kawasan Asia Tenggara pada kuartal I 2012 dengan penetrasi mencapai 62% dan penjualan lebih dari US\$ 1,4 miliar (GfKRT Asia, 2012). Selain itu, survey yang dilakukan oleh Nielsen tentang peminat telepon pintar di Indonesia menyatakan bahwa sebanyak 51% responden akan membeli telepon pintar, 29% responden belum yakin untuk membeli telepon pintar, dan 20% responden menyatakan tidak berencana untuk membeli telepon pintar dalam waktu 12 bulan kedepan (Nielsen, 2011).

Tingginya pertumbuhan pasar telepon pintar ini membuat perusahaan telepon pintar dan perusahaan pengembang *operating system* terus melakukan perkembangan dan inovasi pada segi *operating system*. Perkembangan ini dilakukan untuk pengguna telepon pintar semakin nyaman ketika menggunakan telepon pintar miliknya. *Market share* telepon pintar di Indonesia yang

menggunakan *operating system* Symbian masih mendominasi dengan angka 58%, dan disusul pada peringkat kedua RIM Blackberry OS dengan angka 16% (Nielsen, 2012). Berikut adalah tabel *market share* telepon pintar di Indonesia berdasarkan *operating system* pada tahun 2012.

Tabel 1.1 *Market share* telepon pintar berdasarkan *operating system* di Indonesia

No	Operating System	Market Share
1	Symbian	58%
2	RIM Blackberry OS	16%
3	Android	11%
4	iOS (iPhone OS)	4%
5	Microsoft Windows OS	3%
6	Lain-lain	6%

Sumber: Nielsen (2012)

Pada awalnya pengguna telepon pintar banyak digunakan oleh pengusaha dan eksekutif muda, tapi saat ini hampir semua kalangan telah banyak yang menggunakan telepon pintar. Misalnya, Blasius Haryadi atau lebih dikenal sebagai Harry Van Jogja, beliau adalah seorang tukang becak yang memanfaatkan aplikasi sosial media yang didapat dari telepon pintar miliknya sebagai sarana berkomunikasi dengan pelanggannya sehingga pelanggannya bisa melakukan pemesanan terlebih dahulu untuk mendapatkan jasa transportasi becak dari Blasius Haryadi. Dan berkat penggunaan telepon pintar miliknya, beliau mempunyai pelanggan yang berasal dari luar negeri. Mahasiswa dan siswa sekolah pun tidak mau ketinggalan dengan tren telepon pintar ini karena harganya yang relatif terjangkau. Alasan mahasiswa menggunakan telepon pintar karena tampilan dan

fitur yang ditawarkan sangat menarik, aplikasi yang lengkap serta mencerminkan gaya hidup metropolis dan *up to date* (Firdaus, 2010).

Penggunaan telepon pintar berbeda dengan penggunaan telepon seluler biasa. Dimana tren sebelumnya adalah pengguna menggunakan perangkat komunikasi tersebut sebagian besar adalah untuk melakukan panggilan telepon dan mengirimkan dan menerima pesan singkat. Survei yang dilakukan di Inggris oleh O2 operator komunikasi Inggris tentang penggunaan telepon pintar, menempatkan penggunaan layanan panggilan telepon dan pesan singkat pada urutan ke-5 dan ke-7. Tabel 1.2 merupakan hasil survei yang dilakukan oleh O2 tentang penggunaan telepon pintar di Inggris.

Tabel 1.2 Aktivitas penggunaan telepon pintar di Inggris

No	Aktivitas	Menit/hari
1	Berselancar di internet	24.81
2	Membuka web sosial media	17.49
3	Memainkan permainan di telepon pintar	14.44
4	Mendengarkan musik	15.64
5	Melakukan panggilan telepon	12.13
6	Membuka dan menulis email	11.1
7	Mengirimkan pesan singkat (SMS)	10.2
8	Menonton TV/film	9.39
9	Membaca <i>e-book</i>	9.3
10	Mengambil foto	3.42

Sumber: O2 (2012)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi

inovasi telepon pintar pada mahasiswa yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang lebih mendalam dalam melakukan identifikasi terhadap pengaruh yang mempengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi telepon pintar dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), *Computer Self-efficacy* (CSE) dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT) sebagai model dasar dalam penelitian.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan penelitian ini terkait dengan komponen-komponen TAM (*Tehnology Acceptance Model*), CSE (*computer self-efficacy*) dan IDT (*Innovation Diffusion Theory*) terhadap niat berperilaku penggunaan telepon pintar di kalangan mahasiswa di Yogyakarta, yang diwujudkan atau dirumuskan dengan pertanyaan-pertanyaan di bawah ini.

Terkait dengan komponen-komponen TAM (*Tehnology Acceptance Model*), pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut.

- 1). Bagaimanakah pengaruh sikap dan PU (*Perceived Usefulness*) pengguna telepon pintar terhadap niat berperilaku menggunakan telepon pintar?
- 2) Apakah PEOU (*Perceived Ease of Use*) dan PU (*Perceived Usefulness*) pengguna telepon pintar berpengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan telepon pintar?

- 3) Apakah PEOU (*Perceived Ease of Use*) pengguna telepon pintar berpengaruh positif terhadap PU (*Perceived Usefulness*) dalam menggunakan telepon pintar?
- 4) Bagaimanakah CSE berpengaruh terhadap PEOU dan niat berperilaku pengguna telepon pintar?
- 5) Bagaimanakah *observability*, *compatibility* dan *trialability* berpengaruh positif terhadap sikap pengguna telepon pintar?
- 6) Apakah ada perbedaan persepsi antara laki-laki dan perempuan terhadap variabel *Computer Self-Efficacy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Behavior Intention*, *Attitude*, *Trialability*, *Observability*, *Compatibility* penggunaan telepon pintar?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi inovatif telepon pintar di kalangan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini akan menggunakan TAM, CSE dan IDT sebagai model dasar serta dikembangkan untuk mengidentifikasi komponen yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan telepon pintar. Secara terperinci, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut,

- 1) Mengidentifikasi pengaruh perubahan sikap dan PU pengguna telepon pintar terhadap niat berperilaku menggunakan telepon pintar.
- 2) Mengidentifikasi pengaruh PEOU dan PU pengguna telepon pintar terhadap sikap dalam menggunakan telepon pintar.
- 3) Mengidentifikasi pengaruh PEOU pengguna telepon pintar terhadap PU dalam menggunakan telepon pintar.
- 4) Mengidentifikasi pengaruh CSE terhadap PEOU dan BIU pengguna telepon pintar.
- 5) Mengidentifikasi pengaruh *observability*, *compatibility* dan *trialability* terhadap peningkatan sikap pengguna telepon pintar.
- 6) Mengidentifikasi perbedaan persepsi antara laki-laki dan perempuan terhadap variabel *Computer Self-Efficacy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Behavior Intention*, *Attitude*, *Trialability*, *Observability*, *Compatibility* penggunaan telepon pintar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1). Manfaat Akademik:

Memberi gambaran mengenai komponen TAM, CSE dan IDT yang dapat mempengaruhi niat berperilaku seseorang dalam menggunakan telepon pintar.

2) Manfaat Managerial:

Memberi asupan kepada pemasar atau produsen telepon pintar mengenai niat berperilaku mahasiswa di Yogyakarta dalam menggunakan telepon pintar, sehingga dalam proses pemasaran, pengembangan dan inovasi teknologi telepon pintar berikutnya akan menjadi lebih tepat pada sasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari lima bab, yang pada masing-masing bab terdapat beberapa sub bab. Adapun penyajian sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan konseptual dan pengembangan hipotesis meliputi tinjauan konseptual yang berhubungan dengan variabel-variabel dalam penelitian dan pengembangan hipotesis yang akan diujikan.

BAB III. METODA PENELITIAN

Metoda penelitian ini meliputi lingkup penelitian, metoda sampling, dan teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, pengujian instrumen penelitian, dan metoda analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan ini akan menjabarkan mengenai data responden dalam penelitian, deskripsi hasil pengujian, penjabaran analisis penelitian, dan pembahasan yang menyeluruh mengenai hipotesis yang sudah diuji.

BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Meliputi simpulan, dan implikasi manajerial untuk kepentingan penelitian dan non-penelitian di masa yang akan datang.