

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Etika

Berikut ini adalah beberapa pengertian mengenai etika:

1. Menurut Velasquez (2002:11), etika merupakan suatu ilmu yang menguji standar moral dari masyarakat. Etika mempertanyakan penerapan standar tersebut, ada atau tidaknya alasan yang mendasari standar dan benar atau salahnya alasan yang mendukung standar tersebut.
2. Menurut Suseno (1987:14), etika adalah filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan pandangan-pandangan moral.
3. Sumaryono (1995) dalam Wahyono (2006: 3) menyatakan bahwa etika adalah studi tentang kebenaran dan ketidakbenaran berdasarkan kodrat manusia yang diwujudkan melalui kehendak manusia dalam perbuatannya.

Beberapa macam etika yang berhubungan dengan masalah pembajakan *software*, antara lain:

1. Etika Pemasaran

Etika bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip etika yang umum pada suatu wilayah perilaku manusia yang khusus, yaitu kegiatan ekonomi dan bisnis (Bertens, 2000: 65). Etika pemasaran berkembang dalam konteks etika bisnis yang mencerminkan kepentingan dari berbagai macam *stakeholders* dalam proses pertukaran (Carigan *et al*, 2005: 481). Baumhart (1961) serta Tzalikis dan Fritzsche (1989) dalam Carrigan *et al*. (2005: 481) mengemukakan bahwa permasalahan moral dalam pemasaran

secara khusus diperlukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan tuntutan pelanggan, sehingga dapat menciptakan dan mempertahankan *interface* di antara preferensi konsumen dan aspirasi pasar perusahaan. Beberapa permasalahan dalam mencapai konsensus umum dalam etika pemasaran berawal dari lemahnya keseragaman dalam argumen filosofis tentang hal yang “baik” dan “etis” dan arti yang identik dari kedua hal tersebut (Carrigan *et al.*, 2005: 481).

Konsep pemasaran menyatakan secara tidak langsung bahwa perusahaan perlu memuaskan berbagai macam kebutuhan dan keinginannya dan harus dapat menghasilkan keuntungan. Lebih dari tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, Fineman (1999) dalam Carrigan *et al.* (2005: 483) berpendapat bahwa bentuk moral yang utama adalah “penjualan”. Fineman mengutip gagasan Gabriel dan Lang (1995) tentang “konsumen yang tidak dapat dikelola” yang mengganggu rasionalitas suatu bisnis. Ketidakmampuan dalam memprediksi konsumen merupakan kesulitan yang dihadapi para pemasar yang bertugas untuk memprediksi perilaku konsumen. Pembelian dan pertukaran merupakan bagian akhir yang dikendalikan oleh hubungan dengan kepentingan orang lain yang berhubungan dengan privasi, polusi atau kelangkaan sumber daya. (Fineman, 1999 dalam Carrigan *et al.*, 2005: 483).

2. Etika Konsumen

Penelitian-penelitian terdahulu tentang etika konsumen dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok besar. Pertama, beberapa

peneliti melakukan penelitian empiris terhadap perilaku-perilaku spesifik yang berimplikasi etis. Dua area yang paling sering diteliti adalah pencurian di toko atau *shoplifting* (Kallis *et al.*, 1986; Moschis dan Powell, 1986 dalam Al-Khatib *et al.*, 1996) dan konsumsi yang berhubungan dengan hal-hal ekologis (Antil, 1984 dan Haldeman *et al.*, 1987 dalam Al-Khatib *et al.*, 1996: 751).

Kelompok penelitian yang kedua berfokus pada penyediaan pedoman-pedoman normatif untuk masalah-masalah etis yang berkaitan dengan bisnis dan konsumen. Sebagai contoh, Stampfl (1979) dalam Al-Khatib *et al.* (1996) memberikan pedoman mengenai kode etik konsumen. Schubert (1979) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 751) mengembangkan suatu tatanan strategis untuk memberantas penyalahgunaan yang dilakukan oleh konsumen.

Kelompok penelitian yang ketiga berfokus pada pengembangan dasar konseptual untuk memahami pembuatan keputusan etis oleh konsumen. Secara konseptual, Grove *et al.* (1989) dalam Al-Khatib *et al.* (1996) menyajikan suatu model yang didasarkan pada teknik netralisasi yang dikembangkan oleh Sykes dan Matza (1957). Model yang dikembangkan oleh Grove *et al.* (1989) dapat membantu menjelaskan bagaimana beberapa orang dapat membenarkan perilaku konsumen yang dianggap tidak bernorma. Teknik netralisasi ini dianggap dapat memberikan petunjuk bagi penelitian mengenai pertimbangan etis konsumen (Al-Khatib *et al.*, 1996: 751).

Kelompok keempat secara empiris berusaha memahami pembuatan keputusan etis oleh konsumen. Hanya ada sedikit penelitian yang ditemukan berkaitan dengan masalah pertimbangan etika oleh konsumen akhir. "Consumer Bill of Rights" yang diproklamkan oleh John F. Kennedy, Davis (1979) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 751) meneliti tingkat kerelaan konsumen untuk melaksanakan tanggung jawabnya dihubungkan dengan hak-haknya dan juga menemukan bahwa lebih banyak subyek penelitian yang menuntut hak-haknya sebagai konsumen daripada menerima kewajibannya dengan rela.

De Paulo (1987) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 751) meneliti mengenai persepsi para pelajar tentang bagaimana para pelajar tersebut mempercayai bahwa suatu perilaku yang dilakukan itu salah. Beberapa situasi disajikan kepada beberapa subyek yang berfokus pada perilaku penjual dan beberapa berfokus pada perilaku pembeli. Ada sepasang perilaku yang secara konseptual hampir sama, namun berbeda dalam cara pelaksanaannya oleh penjual atau pembeli dalam perilaku yang tidak etis (misalnya pembeli menyesatkan penjual saat bernegosiasi *versus* penjual menyesatkan pembeli pada saat bernegosiasi). Temuan De Paulo (1987) ini konsisten dengan temuan Davis (1979) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 751-752) bahwa konsumen lebih kritis terhadap penjual yang berperilaku tidak etis daripada penjual yang diperlakukan dengan perilaku yang sama.

Wilkes (1978) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 752) meneliti tentang pertimbangan konsumen menyangkut penilaian terhadap suatu aktivitas

yang dianggap salah. Penelitian Wilkes (1978) merupakan penelitian yang pertama kali meneliti persepsi terhadap perilaku-perilaku tertentu. Walaupun beberapa aktivitas yang curang lebih tidak dapat diterima apabila dibandingkan dengan lainnya, sebagian besar dari aktivitas ini dipandang sebagai sesuatu yang salah dan hanya sedikit yang dianggap dapat ditoleransi oleh konsumen.

Vitell *et al.* (1991) dalam Al-Khatib *et al.* (1996: 752) meneliti tentang persepsi konsumen tua terhadap 20 situasi yang berpotensi menimbulkan implikasi pada etika. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menilai setiap situasi berdasarkan pemikiran mereka mengenai benar atau salahnya tindakan tersebut. Penelitian ini juga meneliti mengenai berbagai macam karakteristik kepribadian yang berhubungan dengan filosofi moral yang dimiliki oleh seseorang.

3. Etika Komputer

a. Beberapa Pandangan Mengenai Etika Komputer

Ketika memutuskan untuk menggunakan istilah “etika komputer” pada pertengahan tahun 70-an, Walter Maner menggambarkan bidang tersebut sebagai bidang ilmu yang menguji “permasalahan etis yang menjengkelkan, yang diciptakan oleh teknologi komputer”. Maner berpendapat bahwa beberapa permasalahan etis sebelumnya sudah ada, diperburuk oleh munculnya komputer yang menimbulkan permasalahan baru sebagai akibat penerapan teknologi informasi (Wahyono, 2006: 30).

Deborah Johnson (1985) dalam bukunya *Computer Ethics*, menggambarkan bidang ini sebagai satu studi tentang cara yang ditempuh oleh komputer memiliki standar moral baru, yang memaksa kita sebagai penggunanya untuk menerapkan norma-norma baru di dalam dunia yang “belum dipetakan”. Johnson merekomendasikan etika terapan dengan pendekatan konsep dan prosedur penggunaan dari utilitarianisme dan kantianisme. Namun berbeda dengan Maner, ia tidak percaya bahwa komputer menciptakan permasalahan moral baru secara keseluruhan. Baginya, komputer memberi sebuah “new twist” ke isu-isu etis sebelumnya yang telah ada (Wahyono, 2006: 30).

James Moor mendefinisikan etika komputer dalam artikelnya “*What is Computer Ethics*” yang ditulis pada tahun 1985. Dalam artikel tersebut, Moor mengartikan etika komputer sebagai bidang ilmu yang tidak terikat secara khusus dengan teori ahli filsafat manapun dan kompatibel dengan pendekatan metodologis yang luas pada pemecahan masalah etis. Moore mengungkapkan etika komputer sebagai suatu bidang yang lebih luas pada pemecahan masalah etis. Moor mengungkapkan etika komputer sebagai suatu bidang yang lebih luas dibandingkan dengan definisi dari Maner atau Johnson. Moor menggambarkan etika komputer sebagai bidang yang terkait dengan “*policy vacuums*” and “*conceptual muddles*” atau kebijakan ruang hampa dan konseptual yang campur aduk mengenai aspek sosial dan penggunaan secara etis teknologi informasi (Wahyono, 2006: 30-31).

Moor, secara lebih lanjut mengatakan bahwa teknologi komputer memiliki sifat revolusioner karena memiliki "*logically malleable*". Komputer disebut "*logically malleable*" karena bisa melakukan aktivitas apapun dalam membantu tugas manusia. Ini terjadi karena komputer bekerja dengan suatu logika pemrograman tertentu yang bisa dibuat oleh *programmer*nya. Logika pemrograman tersebut terhubung dimana-mana, sehingga potensi aplikasi teknologi komputer tampak tiada habisnya. Komputer merupakan suatu alat yang universal. Tentu saja batas komputer adalah seberapa besar batas dari kreativitas manusia itu sendiri (Wahyono, 2006: 32).

Menurut Wiener (1950) dalam *The Human Use of Human Beings*, etika komputer mengidentifikasi dan meneliti dampak teknologi informasi terhadap nilai-nilai manusiawi seperti kesehatan, kekayaan, kesempatan, kebebasan, demokrasi, pengetahuan, keleluasaan pribadi, keamanan, pemenuhan diri dan sebagainya. Ini adalah pandangan etika komputer secara lebih luas dalam penerapan etika, sosiologi komputasi, penilaian teknologi, hukum komputer dan bidang-bidang yang berhubungan dan mempekerjakan konsep, metodologi serta teori dari disiplin ilmu ini (Wahyono, 2006: 34).

b. Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual Sebagai Salah Satu Isu Pokok dalam Etika Komputer

Sebagai teknologi yang bekerja secara digital, komputer memiliki sifat keluwesan yang tinggi. Hal itu berarti bahwa jika

informasi berbentuk digital, maka secara mudah seseorang dapat menyalinnya untuk berbagi dengan orang yang lain. Sifat itu di satu sisi menimbulkan banyak keuntungan, tetapi di sisi lain juga menimbulkan permasalahan, terutama menyangkut hak atas kekayaan intelektual. Beberapa kasus pelanggaran atas hak kekayaan intelektual tersebut antara lain adalah pembajakan perangkat lunak, *softlifting*, pemakaian lisensi melebihi kapasitas penggunaan yang seharusnya, penjualan CDROM ilegal atau juga penyewaan perangkat lunak ilegal (Wahyono, 2006: 38).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat pembajakan perangkat lunak cukup tinggi. Survei yang dilakukan *Business Software Alliance* (BSA) pada tahun 2001, menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga terjadinya pembajakan terbesar dunia. Dengan peringkat tersebut, Indonesia berada di bawah Vietnam sebagai peringkat pertama dan China sebagai peringkat kedua. Kebanyakan pembajakan di Indonesia adalah pembajakan yang dilakukan oleh *end user*, seperti penggunaan satu lisensi untuk banyak *personal computer*, pelanggaran kontrak lisensi serta pemuatan perangkat lunak bajakan di *personal computer* (Wahyono, 2006: 39).

B. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mempelajari cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasratnya

(Kotler, 2002: 182). Pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan suatu unsur yang penting diperhatikan oleh perusahaan, karena kelangsungan hidup perusahaan yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 1997: 19). Perilaku konsumen dipengaruhi dan dibentuk oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan pembelian dari konsumen dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu pengaruh lingkungan, perbedaan individu dan proses psikologis (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994: 46-57).

Pengaruh lingkungan mengacu pada suatu keadaan bahwa konsumen hidup dalam suatu lingkungan yang kompleks. Konsumen diciptakan oleh lingkungan dan beroperasi di dalam lingkungan tersebut. Faktor lingkungan tempat konsumen hidup dan tinggal akan memberi pengaruh dalam membentuk dan menghambat individu dalam keputusan konsumsinya. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, pengaruh keluarga dan pengaruh situasi (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994: 46).

Setiap individu adalah unik dan memiliki perbedaan-perbedaan yang berasal dari dalam dirinya yang menggerakkan dan mempengaruhi perilakunya. Dalam faktor perbedaan individu ini, perilaku konsumen dapat diperluas dengan cara memasukkan faktor sumber daya konsumen, keterlibatan dan motivasi, pengetahuan, sikap, serta kepribadian, gaya hidup dan demografi (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994: 49).

Dalam proses psikologis terjadi pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap. Ketiganya merupakan proses psikologis sentral yang membentuk semua aspek motivasi dan perilaku konsumen serta merupakan minat utama dari penelitian mengenai konsumen (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994: 56).

C. Pembajakan *Software*

1. Definisi *software*

Komputer membutuhkan *software* untuk beroperasi dan sistem operasi atau program untuk membuat komponennya bekerja dengan baik.

Berikut ini adalah beberapa definisi mengenai *software*:

- a. Menurut Oetomo (2002: 89), *software* merupakan sebuah program yang dapat mempermudah pemakai dari berbagai jenis komputer untuk mendayagunakan *hardware* dengan baik.
- b. Capron dan Johnson (2003: 24) mendefinisikan *software* sebagai program-program atau langkah demi langkah instruksi-instruksi yang menjalankan sebuah mesin komputer.

2. Jenis-jenis pembajakan *software*

Pembajakan *software* dapat didefinisikan sebagai penggandaan atau komersialisasi dari suatu *software* yang dilakukan tanpa ijin. Pembajakan *software* dapat dikelompokkan ke dalam lima jenis, yaitu *end user piracy*, *client-server overuse*, *internet piracy*, *hard disk loading* dan *software counterfeiting*. *End user piracy* menunjuk pada instalasi dan distribusi dari *copy software* yang tidak sah. *Client-server overuse* terjadi

ketika para pemakai dalam jumlah melebihi batas yang diijinkan oleh lisensi menggunakan *software* pada suatu jaringan secara serempak. *Internet piracy* mencakup tindakan *download* dan mentransfer *software* yang dilindungi oleh hak cipta. *Hard disk loading* terjadi ketika komputer baru dijual dengan *software* yang tidak asli di dalamnya. *Software counterfeiting* adalah penggandaan secara ilegal dan penjualan *software* yang dilindungi oleh hak cipta dengan maksud untuk meniru *software* aslinya (w3.bsa.org/indonesia/antipiracy/Types-of-Piracy.cfm)

3. Penelitian yang berhubungan dengan perilaku pembajakan

Masalah pembajakan *software* telah menjadi perhatian besar dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi topik yang signifikan bagi penelitian-penelitian (Cronan dan Al-Rafee, 2008: 528). Straub dan Collins (1990) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) mengidentifikasi pembajakan *software* sebagai masalah besar yang dihadapi oleh industri teknologi pada saat ini dan menawarkan cara untuk mencegah pembajakan. Anderson *et al.* (1993) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) meneliti tentang pembajakan dan kekayaan intelektual sebagai beberapa dari permasalahan yang dihadapi oleh para profesional dalam bidang teknologi informasi.

Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) menyebutkan bahwa ada banyak penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan alasan orang melakukan pembajakan *software*, misalnya Cheng *et al.* (1997), Gopal dan Sanders (1997), Banerjee *et al.* (1998), Wagner dan Sanders (2001), Lau (2003), Peace *et al.* (2003), Feuillerade (2004) serta Walls dan Harvey

(2006). Beberapa model pembajakan *software* (Hunt dan Vitell, 1986; Gopal dan Sanders, 1997; Thong dan Yap, 1998 dalam Cronan dan Al-Rafee, 2008: 528) didasarkan pada aspek deontologis dan konsekuensial dari evaluasi etika. Banerjee *et al.* (1998) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) mengembangkan sebuah kerangka penelitian berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* untuk memperagakan niat para profesional di bidang sistem informasi untuk berperilaku etis dan menemukan bahwa karakteristik individual dan situasional mempengaruhi niat untuk berperilaku etis.

Eining dan Christensen (1991) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) mengembangkan suatu model mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi individu berkaitan dengan pembajakan *software*. Model tersebut mengidentifikasi lima faktor yang mempengaruhi perilaku, yaitu sikap terhadap komputer, konsekuensi material, norma, sikap sosial-hukum (*social-legal attitudes*) dan faktor-faktor efektif (*effective factors*). Penelitian ini menemukan bahwa semua variabel kecuali sikap sosial-hukum mempengaruhi perilaku pembajakan secara signifikan.

Simpson *et al.* (1994) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 528) meneliti tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *softlifting* atau pembajakan yang dilakukan oleh individu dengan tujuan untuk penggunaan pribadi. Penelitian ini mengidentifikasi lima faktor yang mempengaruhi pembuatan keputusan, yaitu rangsangan untuk bertindak, faktor sosial budaya, faktor hukum, faktor pribadi dan faktor-faktor

situasional. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perilaku *softlifting* dipengaruhi oleh faktor pribadi dan faktor situasional.

Limayem *et al.* (1999) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 529) menggunakan model perilaku yang dikembangkan oleh Triandis (1980) untuk menjelaskan tentang perilaku pembajakan *software*. Penelitian ini menggunakan desain longitudinal untuk meneliti tentang pembajakan yang dilakukan oleh para pelajar yang mempelajari bisnis. Variabel yang digunakan dalam penelitian Limayem *et al.* (1999) meliputi faktor-faktor sosial, konsekuensi yang dirasakan, kebiasaan, pengaruh, kondisi yang mendukung dan niat. Hasil penelitian ini mengindikasikan perilaku pembajakan dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan konsekuensi yang dirasakan.

Tan (2002: 99) mengemukakan sebuah model integratif yang menghubungkan berbagai macam teori keperilakuan dihubungkan dengan pembajakan *software* dan secara empiris menguji hipotesis berkaitan dengan hubungan tersebut. Penelitian ini berfokus pada pengaruh faktor intensitas moral, resiko yang dirasakan dan pertimbangan moral dalam pembelian *software* bajakan. Selain itu, ada juga penelitian Peace *et al.* (2003) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 529) yang mengembangkan sebuah model pembajakan *software* dengan menggunakan *Theory of Planned Behaviour* sebagai kerangka kerja untuk menjelaskan tentang niat untuk melakukan pembajakan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap (yang dipengaruhi oleh kerasnya hukuman, ketentuan hukuman dan

harga *software*), norma subyektif dan *perceived behavioral control* mendahului niat untuk menggandakan *software* secara ilegal.

D. Kerentanan Konsumen

Pengaruh sosial menunjuk pada dampak yang ditimbulkan oleh orang lain terhadap perilaku konsumen secara individu (Ang *et al.*, 2001: 222). Kerentanan sosial dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kerentanan informatif dan kerentanan normatif (Bearden *et al.*, 1989 dalam Ang *et al.*, 2001: 223). Kerentanan konsumen didefinisikan sebagai kebutuhan untuk dikenal dengan atau tanpa meningkatkan *image* seseorang dalam opini orang lain yang signifikan melalui penerimaan, penggunaan produk dan merek, kemauan untuk menyesuaikan diri terhadap harapan orang lain berkaitan dengan keputusan pembelian dan tendensi untuk mempelajari suatu produk dengan cara mengamati orang lain atau mencari informasi dari orang lain (Bearden *et al.*, 1989 dalam Ang *et al.* (2001: 223). Masalah yang berhubungan dengan pemalsuan atau pembajakan produk merupakan hal yang melanggar hukum dan tidak etis, yang berarti tidak akan mencerminkan citra yang positif. Konsumen dengan tingkat kerentanan yang tinggi terhadap pengaruh sosial akan memiliki sikap yang kurang baik terhadap barang bajakan (Wang *et al.*, 2005: 342). Konsumen yang memiliki keinginan untuk meningkatkan citranya dalam pandangan orang lain akan membeli produk yang dapat mencerminkan citra dirinya dengan kuat (Bearden *et al.*, 1989 dalam Ang *et al.*, 2001: 223).

Kerentanan informatif merupakan dasar keputusan pembelian yang didasarkan pada opini ahli atau orang lain untuk memilih sesuai dengan

informasi yang diperoleh (Ang, *et al.*, 2001: 223). Opini dari orang lain berperan penting sebagai *point of reference* ketika seseorang memiliki sedikit pengalaman dengan suatu kategori produk. Jika kelompok acuan memahami perbedaan kualitas antara produk asli dengan bajakan dan dampak negatif dari pembajakan, maka hal ini akan berdampak secara konsekuen atas persepsi konsumen terhadap barang bajakan. Kerentanan normatif berhubungan dengan keputusan pembelian yang disesuaikan dengan harapan untuk mempengaruhi orang lain (Ang *et al.*, 2001: 223).

E. Kesadaran Nilai

Kesadaran nilai menyangkut pembayaran dengan harga yang serendah dengan tujuan untuk memperoleh kualitas dalam batas tertentu (Ang *et al.*, 2001 dan Lichtenstein *et al.*, 1990 dalam Wang *et al.*, 2005: 342). Kesadaran nilai merupakan faktor yang berpengaruh signifikan atas sikap konsumen terhadap pembajakan *software*. Semakin tinggi kesadaran nilai yang dimiliki oleh seseorang, semakin baik pula sikap orang tersebut terhadap *software* bajakan (Ang *et al.*, 2001 dan Wang *et al.*, 2005: 342).

F. Integritas

Integritas menunjuk pada tingkat standar etika yang dimiliki oleh konsumen dan kepatuhan terhadap hukum (Wang *et al.*, 2005: 342). Ang *et al.* (2001: 229) menemukan bahwa integritas mempengaruhi sikap konsumen. Semakin tinggi tingkat integritas yang dimiliki oleh seseorang, maka seseorang akan bersikap kurang baik terhadap *software* bajakan (Ang *et al.*, 2001: 224).

G. Kepuasan Pribadi

Kepuasan pribadi berhubungan dengan kebutuhan untuk berprestasi, pengakuan sosial dan untuk menikmati sesuatu yang lebih baik dalam kehidupan (Ang *et al.*, 2001: 224). Kepuasan pribadi mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembajakan *software*. Konsumen dengan tingkat kepuasan pribadi yang tinggi akan menghargai *software* asli, sehingga memiliki pengaruh negatif atas sikap konsumen terhadap *software* bajakan (Ang *et al.*, 2001: 224 dan Wang, *et al.*, 2005: 342).

H. Kebersamaan

Budaya kebersamaan atau kolektivisme banyak dibicarakan sebagai salah satu faktor dalam masyarakat Asia yang mendorong tumbuhnya sikap positif dari konsumen terhadap barang bajakan. Dalam konteks Asia, orang yang mau berbagi akan dihargai dan orang yang tidak mau berbagi akan dikucilkan, sehingga konsumen akan memiliki sikap positif terhadap suatu produk yang dapat memberikan manfaat bagi sebanyak mungkin orang (Swinyard *et al.*, 1990 dalam Wang *et al.*, 2005: 342).

I. Pencarian Hal Baru

Pencarian terhadap hal-hal yang baru adalah keingintahuan seseorang untuk mencari variasi dan perbedaan (Hawkins *et al.*, 1980 dalam Wang *et al.*, 2005: 342). Cheng *et al.* (1997) dalam Wang *et al.* (2005: 342) menemukan bahwa hal yang baru (*novelty*) atau keinginan untuk mencoba *software* merupakan alasan paling penting yang kedua setelah pertimbangan atas harga *software* asli yang dianggap terlalu mahal. Wee *et al.* (1995: 39) juga

menemukan bahwa pencarian hal-hal baru merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian *software* dalam kelompok pelajar, namun tidak ditemukan sebagai faktor yang mempengaruhi pembelian dalam kelompok sampel orang dewasa yang sudah bekerja. Givon et al. (1995) dalam Wang et al. (2005: 342) menyatakan bahwa pembajakan *software* yang dianggap dapat membantu difusi *legal copies*, maka pencarian hal-hal baru ini merupakan salah satu faktor yang perlu untuk diketahui. Penelitian Wang et al. (2005: 344) juga menemukan bahwa faktor pencarian hal baru mempengaruhi sikap konsumen terhadap *software* bajakan.

J. Hubungan antara Sikap dan Niat Berperilaku

Sikap didefinisikan sebagai kecenderungan yang dipelajari dalam cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten, dengan memberi perhatian pada suatu obyek yang diberikan (Schiffman dan Kanuk, 1997: 167). Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) dalam Matos et al. (2007: 37), sikap berhubungan erat dengan niat seseorang, yang kemudian dapat menjadi prediktor yang baik untuk perilaku. Penemuan ini didukung oleh Kim dan Hunter (1993) dalam Matos et al. (2007: 38) yang menemukan bahwa sikap berhubungan positif dengan niat untuk melakukan suatu tindakan. Ang et al. (2001: 229) dan Wang et al. (2005: 346) juga menyimpulkan bahwa sikap terhadap pembajakan merupakan salah satu pemberi pengaruh yang signifikan terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian. Jika sikap konsumen memiliki sikap yang baik terhadap pembajakan, maka akan semakin besar kemungkinan untuk membeli barang bajakan.

K. Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Pembajakan *Software*

Pengaruh jenis kelamin terhadap pembajakan *software* belum menemukan kesepakatan antara penelitian yang satu dengan yang lainnya. Para peneliti menemukan bahwa laki-laki lebih cenderung untuk membajak *software* dari internet (Hollinger, 1993 dan Hinduja, 2001, 2003 dalam Higgins, 2006: 1). Hasil penelitian ini didukung oleh Ang *et al.* (2001: 229) yang menyatakan bahwa laki-laki cenderung memiliki sikap yang lebih baik terhadap pembajakan apabila dibandingkan dengan perempuan. Hagan dan Kay (1990) dan Sims *et al.* (1996) dalam Higgins (2006: 3) menemukan bahwa penggandaan *software* komputer lebih sering dilakukan oleh laki-laki apabila dibandingkan dengan perempuan. Penemuan ini konsisten dengan hasil penemuan Higgins (2006: 16). Gopal dan Sanders (1998) dalam Gopal *et al.* (2006: 1521) menemukan bahwa jenis kelamin, usia dan kecenderungan etika berpengaruh terhadap perilaku pembajakan *software*. Penelitian lain yang hasilnya juga konsisten dengan temuan-temuan tersebut adalah Simpson *et al.* (1994) dan Wong (1985) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) yang mengidentifikasi jenis kelamin sebagai variabel yang secara signifikan berpengaruh terhadap kecenderungan untuk melakukan pembajakan *software*. Sebaliknya, Taylor dan Shim (1993) dan Wong *et al.* (1990) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) menemukan bahwa jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap pembajakan *software*.

Williams *et al.* (1994) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) mengemukakan bahwa pria memiliki rasa antusias yang lebih tinggi dan menghabiskan lebih

banyak waktu dengan komputer apabila dibandingkan dengan wanita karena penggunaan komputer biasanya dipandang sebagai aktivitas maskulin. Ini juga didasarkan pada penemuan Pereira dan Kanekar (1984) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) yang menyatakan bahwa pada umumnya, pria memiliki kepekaan terhadap etika yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan wanita.

L. Pengaruh Uang Saku terhadap Pembajakan *Software*

Dalam penelitian ini, uang saku digunakan untuk menggambarkan tingkat pendapatan dari mahasiswa, karena diasumsikan bahwa para mahasiswa pada umumnya belum memiliki pekerjaan dan menggunakan uang sakunya untuk mencukupi kebutuhannya. Rahim *et al.* (2000: 16-17) berpendapat bahwa orang dengan status sosial ekonomi yang lebih tinggi akan mampu membeli *software* asli, sehingga kurang memiliki kecenderungan untuk membajak *software*. Sebaliknya, orang yang dengan pendapatan yang lebih rendah akan lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasarnya, sehingga cenderung lebih memilih untuk membeli atau menggandakan *software* bajakan..

M. Hak Kekayaan Intelektual

1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual

Beberapa definisi mengenai hak kekayaan intelektual, antara lain:

- a. Menurut Usman (2003: 2), Hak Kekayaan Intelektual dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Karya-karya tersebut merupakan

hasil kemampuan intelektual seseorang atau manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa dan karyanya, yang memiliki nilai-nilai moral, praktis dan ekonomis.

- b. Sri Redjeki Hartono dalam Sembiring (2002:13) mengemukakan bahwa Hak Milik Intelektual pada hakikatnya merupakan suatu hak dengan karakteristik khusus dan istimewa, karena hak tersebut diberikan oleh negara. Negara berdasarkan ketentuan undang-undang, memberikan hak khusus tersebut kepada yang berhak, sesuai dengan prosedur dan syarat-syarat yang harus dipenuhi.

2. Ruang lingkup Hak Kekayaan Intelektual

Dalam kepustakaan ilmu hukum, hak kekayaan intelektual pada umumnya dibagi menjadi dua golongan, yaitu: (Sembiring, 2002: 14)

- a. Hak cipta
- b. Hak atas kekayaan industri (*industrial property*) yang terdiri dari:
 - 1) Hak paten (*patent*)
 - 2) Hak merek (*trademark*)
 - 3) Hak desain industri (*industrial design*)
 - 4) Penanggulangan praktik persaingan curang (*repression of unfair competition practices*)

Ketentuan *TRIPS* menggolongkan hak kekayaan intelektual ke dalam delapan kelompok, yaitu: (Sembiring, 2002: 14)

- a. Hak cipta dan hak terkait lainnya
- b. Merek dagang

- c. Indikasi geografi
- d. Desain produk industri
- e. Paten
- f. Desain tata letak sirkuit terpadu
- g. Perlindungan terhadap informasi yang dirahasiakan
- h. Pengendalian atas praktik persaingan curang

3. Prinsip-prinsip Hak Kekayaan Intelektual

Sebagai cara untuk menyeimbangkan kepentingan dan peranan pribadi individu dengan kepentingan masyarakat, maka sistem hak kekayaan intelektual berdasarkan pada prinsip-prinsip: (Djumhana dan Djubaedillah, 1993:20-22)

a. Prinsip keadilan (*the principle of natural justice*)

Pencipta sebuah karya atau orang lain yang bekerja membuahkan hasil dari kemampuan intelektualnya, wajar memperoleh imbalan. Imbalan tersebut dapat berupa materi maupun bukan materi seperti adanya rasa aman karena dilindungi dan diakui atas hasil karyanya. Hukum memberikan perlindungan tersebut demi kepentingan pencipta berupa suatu kekuasaan untuk bertindak dalam rangka kepentingannya yang disebut dengan hak. Menurut hukum, setiap hak mempunyai titel, yaitu suatu peristiwa tertentu yang menjadi alasan melekatnya hak itu pada pemilikinya. Menyengket hak milik intelektual, maka peristiwa yang menjadi alasan melekatnya hak tersebut adalah penciptaan yang mendasarkan atas kemampuan intelektualnya. Perlindungan inipun tidak

terbatas di dalam negeri si penemu itu sendiri, melainkan juga dapat melindungi perlindungan di luar batas negaranya. Hal itu terjadi karena hak yang ada pada seseorang ini mewajibkan pihak lain untuk melakukan (*comission*) atau tidak melakukan (*omission*) suatu perbuatan.

b. Prinsip ekonomi (*the economic argument*)

Hak kekayaan intelektual merupakan hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, artinya bahwa kepemilikan itu wajar karena sifat ekonomis manusia yang menjadikan hal itu satu keharusan untuk menunjang kehidupannya dalam masyarakat. Dengan demikian, hak kekayaan intelektual merupakan suatu bentuk kekayaan bagi pemiliknya. Dari kepemilikannya, seseorang akan mendapatkan keuntungan, misalnya dalam bentuk pembayaran royalti.

c. Prinsip kebudayaan (*the cultural argument*)

Pada hakekatnya, karya manusia bertujuan untuk memungkinkannya hidup. Selanjutnya, dari karya itu pula akan timbul suatu gerak hidup yang harus menghasilkan lebih banyak karya lagi. Dengan konsepsi demikian, maka pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban, dan martabat manusia. Selain

itu, juga akan memberikan kemasalahatan bagi masyarakat, bangsa dan negara. Pengakuan atas kreasi, karya, karsa, cipta manusia yang dibakukan dalam sistem hak kekayaan intelektual adalah suatu usaha yang tidak dapat dilepaskan sebagai perwujudan suasana yang diharapkan mampu membangkitkan semangat dan minat untuk melahirkan ciptaan baru.

d. Prinsip sosial (*the social argument*)

Hukum tidak mengatur kepentingan manusia sebagai perseorangan yang berdiri sendiri, tetapi hukum mengatur kepentingan manusia sebagai warga masyarakat. Jadi manusia dalam hubungannya dengan manusia lain, yang sama-sama terikat dalam satu ikatan kemasyarakatan. Dengan demikian, hak apapun yang diakui oleh hukum dan diberikan kepada perseorangan atau suatu persekutuan atau kesatuan lain, tidak boleh diberikan semata-mata untuk memenuhi kepentingan perseorangan atau persekutuan atau kesatuan itu saja, akan tetapi pemberian hak kepada perseorangan atau persekutuan atau kesatuan itu diberikan dan diakui oleh hukum, oleh karena dengan diberikannya hak tersebut kepada perseorangan atau persekutuan atau kesatuan hukum itu, kepentingan seluruh masyarakat akan terpenuhi.

Dari keseluruhan prinsip yang melekat pada hak kekayaan intelektual, penekanannya berbeda-beda antara satu negara dengan negara lainnya. Berbeda sistem hukumnya, sistem politik dan landasan filosofinya, maka berbeda pula pandangan terhadap prinsip tersebut.

Sejarah kemerdekaan suatu negara juga mempengaruhi prinsip yang dianutnya. Negara berkembang dan negara bekas jajahan, dengan negara industri yang maju, berbeda pula dalam cara memandang persoalan prinsip hak kekayaan intelektual.

N. Hak Cipta

1. Pengertian hak cipta

Beberapa pengertian mengenai hak cipta, antara lain:

- a. *World Intellectual Property Organization (WIPO)* mendefinisikan hak cipta sebagai terminologi hukum yang menggambarkan hak-hak yang diberikan kepada pencipta untuk karya-karya mereka dalam bidang seni dan sastra (Margono, 2003: 27).
- b. Menurut ketentuan umum dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, yang dimaksud dengan Hak Cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Perkembangan pengaturan hak cipta di Indonesia

Sebelum kemerdekaan Republik Indonesia, masalah hak cipta diatur berdasarkan *Auteurswet Staatblad 1912 Nomor 600*. Setelah kemerdekaan Republik Indonesia, ketentuan hak cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta, Lembaran Negara Tahun 1982 Nomor 15. Undang-Undang ini kemudian diubah

dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987, Lembaran Negara Tahun 1987 Nomor 42 yang kemudian diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997, Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 29 dan terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 (Sembiring, 2002: 31).

Undang-Undang Hak Cipta di Indonesia mengalami beberapa kali perubahan karena: (Sembiring, 2002: 31)

- a. Perkembangan ekonomi nasional dan internasional yang pesat, sehingga perlindungan terhadap hak cipta perlu ditingkatkan.
- b. Indonesia ikut serta dalam perjanjian internasional, khususnya TRIPs, sehingga berkewajiban menyesuaikan Undang-Undang Hak Cipta dengan perjanjian internasional.

3. Pelanggaran hak cipta

Pada umumnya, hak cipta dilanggar jika materi hak cipta tersebut digunakan tanpa izin dari pencipta yang mempunyai hak eksklusif atas ciptaannya. Untuk terjadinya pelanggaran, harus ada kesamaan antara dua ciptaan yang ada, namun pencipta atau pemegang hak cipta harus membuktikan bahwa karyanya telah dijiplak atau karya lain tersebut berasal dari karyanya. Hak cipta dikatakan tidak dilanggar apabila karya-karya sejenis diproduksi secara independen, dalam hal ini masing-masing pencipta akan memperoleh hak cipta atas karya mereka (Asian Law Group, 2006: 122).

Hak cipta juga dilanggar jika seluruh atau bagian substansial dari

suatu ciptaan yang dilindungi hak cipta diperbanyak. Pengadilan akan menentukan apakah suatu bagian yang ditiru merupakan bagian substansial dengan meneliti apakah bagian yang digunakan itu penting, memiliki unsur pembeda atau bagian yang mudah dikenali. Bagian ini tidak harus dalam jumlah atau bentuk besaran (kuantitas) untuk menjadi bagian substansial. Substansial disini dimaksudkan sebagai bagian penting, bukan bagian dalam jumlah besaran ((Pasal 1 ayat 6 jo Penjelasan Pasal 15 (a)). Jadi yang dipakai sebagai ukuran adalah ukuran kualitatif, bukan ukuran kuantitatif (Asian Law Group, 2006: 122).

Cara lain yang dianggap sebagai pelanggaran oleh seseorang terhadap hak cipta adalah saat seseorang: (Asian Law Group, 2006: 123)

- a. Memberi wewenang (berupa persetujuan atau dukungan) kepada pihak lain untuk melanggar hak cipta.
- b. Memiliki hubungan dagang atau komersial dengan barang bajakan ciptaan-ciptaan yang dilindungi hak cipta.
- c. Mengimpor barang-barang bajakan ciptaan yang dilindungi hak cipta untuk dijual eceran atau didistribusikan.
- d. Memperbolehkan suatu tempat pementasan umum untuk digunakan sebagai tempat melanggar pementasan atau penayangan karya yang melanggar hak cipta.

Pelanggaran-pelanggaran semacam ini dapat dikenakan denda atau sanksi pidana secara khusus yang diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta (Asian Law Group, 2006: 123).

4. Pencipta dan pemegang hak cipta

Dalam Undang-Undang Hak Cipta dibedakan pengertian antara Pencipta dan Pemegang Hak Cipta. Menurut ketentuan umum dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Pencipta adalah seseorang atau beberapa orang yang secara bersama-sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu ciptaan berdasarkan kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan, ketrampilan atau keahlian yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi. Menurut ketentuan umum dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Pemegang Hak Cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta atau pihak yang menerima hak tersebut dari pencipta atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa pencipta dapat sekaligus sebagai pemegang hak cipta, dalam hal hak cipta tersebut tidak dialihkan kepada pihak lain, namun pemegang hak cipta belum tentu sebagai pencipta, karena dapat dimungkinkan pemegang hak cipta menerima pengalihan hak dari pencipta ataupun membeli hak cipta tersebut dari pencipta (Margono, 2003: 38-39).

5. Perlindungan hukum terhadap *software*

Dalam ketentuan umum Pasal 1 angka 8 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, yang dimaksud dengan program komputer adalah sekumpulan instruksi yang diwujudkan dalam bentuk bahasa, kode, skema ataupun bentuk lain yang apabila digabungkan

dengan media yang dapat dibaca dengan komputer akan mampu membuat komputer bekerja untuk melakukan fungsi-fungsi khusus atau untuk mencapai hasil yang khusus, termasuk persiapan dalam merancang instruksi-instruksi tersebut.

Perlindungan hak cipta atas program komputer bukan diberikan atas judul atau *title* dari program komputer tersebut. Judul atau bentuk penamaan-penamaan lainnya bukan merupakan perhatian dari sistem hak cipta, melainkan lapangan hukum merek. Perlindungan hak cipta atas program komputer juga tidak melindungi fungsi dari program komputer tersebut. Selain itu, hak cipta juga tidak memberikan hak monopoli terhadap cara kerja program tersebut kepada pemegang hak cipta. Hak cipta memberikan hak bagi pemegang hak cipta atas program komputer untuk melarang pihak lain yang meniru, menjiplak ekspresi dari instruksi atas program yang dapat diaplikasikan dalam perangkat tersebut (Margono, 2003: 63).

Pemegang hak cipta atas program komputer memiliki beberapa hak eksklusif, antara lain: (Margono, 2003: 63-64)

- a. Hak untuk memperbanyak program dalam sebuah bentuk material (*reproduce the program in material form*). Hak ini termasuk menggandakan program tersebut dalam *hard disk* dari sebuah komputer, menulis atau mencatatkan kode sumber dari program.
- b. Hak untuk mengumumkan program (*publish the program*). Ini berarti membuat program telah diumumkan kepada publik di Indonesia.

- c. Membuat adaptasi dari program (*making an adaptation of the program*). Hal ini berarti membuat sebuah versi lain dari program tersebut, misalnya membuat versi bahasa lain, kode atau notasi dari program komputer tersebut.

Selain dalam Ketentuan Umum Pasal 1 ayat (8) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, perlindungan terhadap program komputer juga diatur dalam pasal-pasal lain undang-undang ini, antara lain: (Wahyono, 2006: 194-195)

- a. Pasal 2 ayat (2) tentang pemegang hak cipta atas program komputer yang menentukan bahwa pencipta dan/atau pemegang hak cipta atas karya sinematografi dan program komputer memiliki hak untuk memberikan izin atau melarang orang lain yang tanpa persetujuannya menyewakan ciptaan tersebut untuk kepentingan yang bersifat komersial. Ini berarti bahwa pemegang hak cipta memiliki hak untuk "memberikan izin" atau "melarang" penyebarluasan ciptaannya.
- b. Pasal 12 ayat (1) a yang menentukan bahwa ciptaan yang dilindungi adalah ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra yang mencakup buku, program komputer, pamflet, perwajahan (*lay out*) karya tulis yang diterbitkan dan semua hasil karya tulis lain.
- c. Pasal 15 ayat (1) g yang menentukan bahwa pembuatan salinan cadangan suatu program komputer oleh pemilik program komputer yang dilakukan semata-mata untuk digunakan sendiri tidak dianggap sebagai pelanggaran hak cipta.

- d. Pasal 30 ayat (1) yang menentukan bahwa masa berlaku ciptaan program komputer adalah 50 tahun sejak ciptaan tersebut diumumkan.
- e. Pasal 72 ayat (3) yang menentukan bahwa barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak memperbanyak penggunaan untuk kepentingan komersial suatu program komputer dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Selain dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, perlindungan terhadap *software* atau program komputer dari tindakan-tindakan yang melanggar hak dan dapat menimbulkan kerugian terhadap pemegang hak cipta atas program komputer tersebut juga diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 1958 tentang Menyatakan Berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana Untuk Seluruh Wilayah Republik Indonesia dan Mengubah Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, khususnya Pasal 480 ayat (1) dan ayat (2) yang menentukan bahwa:

”Diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun atau pidana denda paling banyak sembilan ratus rupiah:

1. barangsiapa membeli, menyewa, menukar, menerima gadai, menerima hadiah, atau untuk menarik keuntungan, menjual, menyewakan, menukarkan, menggadaikan, mengangkut, menyimpan atau menyembunyikan sesuatu benda, yang diketahui atau sepatutnya harus diduga bahwa diperoleh dari kejahatan penadahan;
2. barangsiapa menarik keuntungan dari hasil sesuatu benda, yang diketahuinya atau sepatutnya harus diduga bahwa diperoleh dari kejahatan.”

O. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bekerjanya Hukum

Berfungsinya suatu kaedah hukum atau peraturan (tertulis) tergantung pada sedikitnya empat faktor, antara lain:

1. Kaedah hukum atau peraturan itu sendiri

Dalam teori-teori hukum, berlakunya kaedah-kaedah hukum biasanya dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 13)

- a. Kaedah hukum berlaku secara yuridis apabila penentuannya didasarkan pada kaedah yang lebih tinggi tingkatnya (Hans Kelsen), atau bila berbentuk menurut cara yang telah ditetapkan (W. Zevenbergen), atau apabila menunjukkan hubungan keharusan antara suatu kondisi dan akibatnya (J.H.A. Logemann).
- b. Kaedah hukum berlaku secara sosiologis apabila kaedah tersebut efektif, artinya kaedah tersebut dapat dipaksakan berlakunya oleh penguasa walaupun tidak diterima oleh warga masyarakat (teori kekuasaan) atau kaedah tadi berlaku karena diterima dan diakui oleh masyarakat (teori pengakuan).
- c. Kaedah hukum berlaku secara filosofis artinya sesuai dengan cita-cita hukum sebagai nilai positif yang tertinggi.

Kaedah hukum atau peraturan disini menunjuk pada peraturan tertulis yang merupakan perundang-undangan yang resmi. Masalah-masalah yang umumnya muncul dalam faktor ini, antara lain: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 14-15)

- a. Apakah peraturan yang ada mengenai bidang-bidang kehidupan tertentu cukup sistematis?
- b. Apakah peraturan yang ada mengenai bidang-bidang tertentu cukup sinkron, artinya:
 - 1) Apakah secara hirarkis tidak ada pertentangan?
 - 2) Apakah secara horizontal tidak ada pertentangan?
- c. Apakah secara kuantitatif dan kualitatif peraturan-peraturan yang mengatur bidang-bidang kehidupan tertentu sudah cukup?
- d. Apakah penerbitan peraturan-peraturan tertentu adalah sesuai dengan peraturan yuridis yang ada?

2. Penegak hukum

Petugas penegak hukum mencakup ruang lingkup yang sangat luas karena menyangkut petugas-petugas pada strata atas, menengah dan bawah. Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, petugas seyogianya harus mempunyai suatu pedoman, yaitu peraturan tertulis tertentu yang mencakup ruang lingkup tugas-tugasnya. Beberapa permasalahan yang mungkin dihadapi oleh petugas dalam rangka penegakan hukum, antara lain: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 16)

- a. Sampai sejauh manakah petugas terikat oleh peraturan yang ada?
- b. Sampai batas-batas manakah petugas diperkenankan memberikan "kebijaksanaan"?
- c. Teladan macam apakah yang sebaiknya diberikan oleh petugas kepada masyarakat?

- d. Sampai sejauh manakah derajat sinkronisasi penugasan-penugasan yang diberikan kepada para petugas sehingga memberikan batas-batas yang tegas pada wewenangnya?

Faktor penegak hukum ini memainkan peranan penting dalam berfungsinya hukum. Apabila peraturan sudah baik namun kualitas petugas kurang baik, maka akan terjadi masalah. Begitu juga sebaliknya, apabila peraturannya buruk sedangkan kualitas petugas baik, maka mungkin pula timbul masalah-masalah (Soekanto dan Mustafa, 1980: 17).

3. Fasilitas

Secara sederhana, fasilitas dapat diartikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan. Ruang lingkup fasilitas terutama adalah sarana fisik yang berfungsi sebagai faktor pendukung. Apabila fasilitas sudah ada, maka faktor-faktor pemeliharannya juga memegang peranan yang sangat penting. Seringkali terjadi bahwa suatu peraturan sudah diberlakukan padahal fasilitasnya belum tersedia lengkap. Peraturan yang semula bertujuan untuk memperlancar proses justru mengakibatkan terjadinya kemacetan. Mungkin ada baiknya apabila pada waktu hendak menerapkan suatu peraturan secara resmi ataupun memberikan tugas kepada petugas, dipikirkan mengenai fasilitas-fasilitas yang berpatokan pada hal-hal sebagai berikut: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 17)

- a. Apa yang sudah ada dipelihara terus agar setiap saat berfungsi.
- b. Apa yang belum ada, perlu diadakan dengan memperhitungkan jangka waktu pengadaannya.

- c. Apa yang kurang perlu diperlengkapi.
- d. Apa yang telah rusak diperbaiki atau diganti.
- e. Apa yang macet, dilancarkan.
- f. Apa yang telah mundur, ditingkatkan.

4. Warga masyarakat

Berbicara mengenai warga masyarakat, hal ini sedikit banyak menyangkut masalah derajat kepatuhan. Secara sempit, dapat dikatakan bahwa derajat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan. Mengetahui penyebab warga masyarakat dapat mematuhi hukum memang perlu, namun masih ada persoalan-persoalan lain yang menyangkut ketidakpatuhan, seperti: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 18)

- a. Apabila peraturannya baik, namun warga masyarakat tidak mematuhi, faktor apakah yang menyebabkannya?
- b. Apabila peraturan baik serta petugas cukup berwibawa, apakah yang menyebabkan warga masyarakat tidak patuh pada peraturan?
- c. Apabila peraturan baik, petugas berwibawa, fasilitas cukup, mengapa masih ada yang tidak mematuhi peraturan?

Disamping masalah-masalah tersebut, masih ada persoalan lain, yaitu adanya suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin besar peranan sarana pengendalian sosial lainnya (misalnya agama, adat istiadat), semakin kecil peranan hukum dan sebaliknya. Hukum tidak dapat dipaksakan berlakunya dalam segala hal, oleh karena itu, seyogianya

penerapannya dihematkan. Apabila memang ada sarana lain yang ampuh, hendaknya hukum dipergunakan pada tingkat yang terakhir apabila sarana lainnya tidak mampu lagi untuk mengatasi masalah. Dengan demikian, maka sebenarnya hal-hal yang menyangkut para warga masyarakat berkisar pada: (Soekanto dan Mustafa, 1980: 18-19).

- a. Penyuluhan hukum yang teratur.
- b. Pemberian teladan yang baik dari petugas dalam hal kepatuhan terhadap hukum dan respek terhadap hukum
- c. Pelembagaan yang terencana dan terarah.

P. Landasan Teori

1. *Theory of Reasoned Action*

Pekerjaan Ajzen dan Fishbein yang membahas tentang perilaku dalam literatur psikologi menjadi hal yang terkenal dan banyak digunakan dalam penelitian-penelitian hingga saat ini (Cronan dan Al-Rafee, 2008: 529). Menurut Madden *et al.* (1992) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 529), teori-teori yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein banyak digunakan dalam memprediksi jangkauan perilaku yang luas. Pekerjaan Ajzen dan Fishbein yang didasarkan pada premis bahwa niat merupakan prediktor yang paling baik untuk perilaku menghasilkan sebuah teori yang disebut *Theory of Reasoned Action* (TRA) pada tahun 1975.

Menurut Ajzen (1985) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008: 529), TRA adalah suatu teori yang didasarkan pada dugaan bahwa perilaku manusia cukup rasional dan menyebabkan penggunaan informasi yang

terbatas dapat tersedia bagi individu. TRA menyatakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Fishbein dan Ajzen mendefinisikan sikap sebagai perasaan menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu perilaku. Norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap sebagian besar orang yang penting bagi dirinya dalam berpikir untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan suatu perilaku yang direncanakan.

2. *Theory of Planned Behaviour*

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan perluasan dari TRA yang dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1985. Ajzen berpendapat bahwa TRA tidak memadai karena tidak mempertimbangkan situasi apabila suatu perilaku terjadi di luar kendali konsumen. Ini berarti apabila sikap dan norma subyektif seorang individu setuju terhadap perilaku yang dilakukan, seorang individu belum tentu akan menunjukkan perilaku tersebut (Cronan dan Al-Rafee, 2008; 529).

Ajzen dan Madden (1986) dalam Cronan dan Al-Rafee (2008) menjelaskan bahwa untuk memastikan prediksi terhadap perilaku yang akurat, sekalipun individu memiliki pengendalian yang terbatas, penilaian bukan hanya dilakukan terhadap niat, namun juga harus mendapatkan beberapa penilaian terhadap tingkat kemampuan individu untuk melatih pengendalian terhadap perilaku yang direncanakan. Model yang disajikan oleh Ajzen mencakup tambahan determinan dari niat yang disebut *perceived behavioral control*. *Perceived behavioral control* ini dapat

diukur dengan mudah dan dapat menunjukkan kepercayaan seseorang terhadap mudah atau susahya untuk menunjukkan suatu perilaku (Ajzen dan Madden, 1986 dalam Cronan dan Al-Rafee, 2008: 529). Model tersebut menunjukkan bahwa niat ditentukan oleh sikap, norma subyektif dan *perceived behavioral control*. Niat ini kemudian merupakan penentu dari perilaku aktual (Cronan dan Al-Rafee, 2008: 529).

Q. Model Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

1. Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari model penelitian yang dilakukan oleh Wang *et al.* (2005). Faktor-faktor kerentanan informatif, kerentanan normatif, kesadaran nilai, integritas dan kepuasan diri diadopsi dari penelitian Ang *et al.* (2001), sedangkan variabel kebersamaan dan pencarian hal baru dikembangkan dalam penelitian Wang *et al.* (2005) Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Model Penelitian

Sumber: Modifikasi dari Wang *et al.* (2005: 341)

2. Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada hasil-hasil penelitian terdahulu dan literatur-literatur yang relevan.

a. Hubungan antara faktor-faktor sosial dan kepribadian dengan sikap konsumen

Pengaruh sosial menunjuk pada dampak yang ditimbulkan oleh orang lain terhadap perilaku konsumen secara individu (Ang *et al*, 2001: 222). Tekanan sosial dapat mempengaruhi individu untuk melanggar peraturan. Tingkat terpengaruhnya sikap konsumen oleh tekanan sosial dapat berbeda-beda antara satu dengan lainnya, tergantung pada kerentanan yang dimiliki oleh konsumen terhadap tekanan tersebut. Masalah yang berhubungan dengan pembajakan produk merupakan hal yang melanggar hukum dan tidak etis, yang berarti tidak akan mencerminkan citra yang positif. Penelitian Wang *et al*. (2005: 344) dan Ang *et al*. (2001: 229) menemukan bahwa faktor sosial dan kepribadian mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembajakan *software*. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H1: Ada hubungan antara faktor sosial dan kepribadian dengan sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan.

b. Kerentanan konsumen

Kerentanan konsumen didefinisikan sebagai kebutuhan untuk dikenal dengan atau tanpa meningkatkan *image* seseorang dalam opini

orang lain yang signifikan melalui penerimaan, penggunaan produk dan merek, kemauan untuk menyesuaikan diri terhadap harapan orang lain berkaitan dengan keputusan pembelian dan tendensi untuk mempelajari suatu produk dengan cara mengamati atau mencari informasi dari orang lain (Bearden *et al.*, 1989 dalam Ang *et al.* (2001: 223). Anggapan bahwa pembajakan *software* merupakan suatu hal yang tidak etis atau melanggar hukum dan tidak memiliki *image* sosial yang baik menyebabkan konsumen yang memiliki tingkat kerentanan lebih tinggi terhadap pengaruh sosial akan menunjukkan sikap yang negatif terhadap pembajakan *software*. Bearden *et al.* (1989) dalam Ang *et al.* (2001: 342) mengemukakan bahwa ada dua bentuk kerentanan konsumen, yaitu kerentanan informatif dan kerentanan normatif.

Konsumen dapat menjadi rentan secara informasi apabila suatu produk dibeli berdasarkan pendapat dari para ahli atau orang lain. Dalam beberapa kasus, pandangan orang lain terhadap kualitas dan juga pembelian yang bijaksana akan menjadi sesuatu yang penting. Biasanya, kerentanan informasi ini terjadi saat konsumen tidak memahami kategori produk.

Kerentanan normatif berhubungan dengan keputusan pembelian yang didasarkan pada harapan untuk dapat mempengaruhi orang lain. Ang *et al.* (2001: 229) dan Wang *et al.* (2005: 344) menemukan bahwa kerentanan informatif dan kerentanan normatif merupakan dua faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembajakan *software*.

Bertolak dari hal-hal tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H2: *Semakin tinggi tingkat kerentanan informatif, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin kurang baik.*

H3: *Semakin tinggi tingkat kerentanan normatif, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin kurang baik.*

c. Kesadaran nilai

Penelitian Wang *et al.* (2005: 344) dan Ang *et al.* (2001: 224) menemukan bahwa kesadaran nilai merupakan faktor yang berpengaruh signifikan atas sikap konsumen terhadap pembajakan *software*. Semakin tinggi kesadaran nilai yang dimiliki oleh seseorang, semakin baik pula sikap orang tersebut terhadap *software* bajakan. Ang *et al.* (2001: 224) menyatakan bahwa alasan yang paling sering dikemukakan oleh konsumen berkaitan dengan pembelian barang-barang bajakan adalah karena mahalnnya harga barang asli yang tidak terjangkau oleh daya beli mereka.

Dodge *et al.* (1996) dalam Ang *et al.* (2001: 224) mengemukakan bahwa konsekuensi ekonomi mempengaruhi perilaku yang dapat dijawab oleh konsumen. Ang *et al.* (2001: 224) menyatakan bahwa barang-barang bajakan yang memberikan penghematan biaya yang cukup besar dengan kualitas yang cukup bersaing dengan barang aslinya membuat barang bajakan memiliki *perceived value* yang tinggi. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil temuan Bloch *et al.* (1993)

dalam Ang *et al.* (2001: 224) menyatakan bahwa dalam kenyataan yang terjadi, konsumen cenderung lebih suka memilih barang bajakan apabila dibandingkan dengan barang aslinya. Hal ini terjadi sebagai akibat perbedaan harga yang mencolok antara barang asli dengan barang bajakan, sementara manfaat atau kualitas yang diperoleh pada umumnya hampir sama. Bertolak dari hal tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H4: *Semakin tinggi tingkat kesadaran nilai, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin baik.*

d. Integritas

Konsumen yang berorientasi pada peraturan hukum, pada umumnya memiliki keinginan yang lebih rendah untuk membeli barang-barang bajakan, selain itu, seseorang dengan standar etika yang semakin rendah, cenderung akan memiliki sikap yang semakin baik terhadap barang-barang bajakan. (Cordell *et al.*, 1996 dalam Ang *et al.*, 2001: 224). Wang *et al.* (2005: 344) dan Ang *et al.* (2001: 229) menemukan bahwa faktor integritas ini berpengaruh terhadap sikap konsumen. Semakin tinggi tingkat integritas yang dimiliki oleh seseorang, maka seseorang akan bersikap kurang baik terhadap *software* bajakan.

Ang *et al.* (2001: 224) menyatakan bahwa konsumen yang menyadari bahwa pembajakan merupakan tindakan yang tidak beretika seharusnya memiliki sikap yang semakin kurang baik terhadap

pembajakan dan juga barang-bajakan. Matos *et al* (2007:37) mengemukakan bahwa konsumen yang membeli barang-barang bajakan tidak pernah dijatuhi sanksi, namun tindakan tersebut dapat dianggap sebagai bentuk partisipasi dalam tindakan pembajakan, sehingga konsumen yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang lebih tinggi pada umumnya akan memiliki pertimbangan yang lebih baik sebelum membuat keputusan pembelian terhadap barang-barang bajakan. Bertolak dari hal-hal tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H5: *Semakin tinggi tingkat integritas, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin kurang baik.*

e. Kepuasan pribadi

Penelitian Wang *et al.* (2005: 342) dan Ang *et al.* (2001: 224) menemukan bahwa faktor kepuasan pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembajakan *software*. Konsumen dengan tingkat kepuasan diri yang tinggi akan menghargai *software* asli, sehingga memiliki pengaruh negatif terhadap sikap konsumen.

Dalam Ang *et al.* (2001: 224) dikemukakan bahwa walaupun barang bajakan memiliki kualitas yang dapat dikatakan hampir sama dengan kualitas barang aslinya, namun kualitas barang bajakan tersebut tidak akan pernah berada pada tingkat yang sama persis dengan barang aslinya. Ang *et al.* (2001: 224) mencontohkan bahwa CD bajakan tidak akan memiliki kualitas suara yang sama persis dengan CD aslinya,

walaupun tidak berbeda jauh, dapat dipastikan bahwa kualitas suara yang dimiliki oleh CD bajakan tersebut berada di bawah CD aslinya. Dengan adanya hal seperti ini, konsumen yang berorientasi pada kepuasan yang diperoleh dari suatu produk cenderung akan memiliki sikap yang kurang baik terhadap barang-barang bajakan. Berdasarkan temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H6: Semakin tinggi kepuasan pribadi, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin kurang baik.

f. Kebersamaan

Budaya kebersamaan biasanya digunakan secara luas untuk menjelaskan perbedaan dalam tingkat pembajakan dan pembuatan keputusan etis konsumen diantara negara-negara timur dan negara-negara barat. Pada penelitian tingkat makro, budaya kebersamaan mempunyai hubungan yang kuat dengan tingkat pembajakan (Husted, 2000; Marron dan Steel, 2000 dalam Wang *et al.*, 2005: 342). Sedangkan pada penelitian tingkat mikro, budaya sering digunakan untuk menjelaskan perbedaan sikap dan keputusan terhadap pembajakan *software* diantara kelompok yang beraneka ragam (Swinyard *et al.*, 1990 dalam Wang, 2005: 342).

Budaya kebersamaan banyak dibicarakan sebagai salah satu faktor dalam masyarakat Asia yang mendorong tumbuhnya sikap positif dari konsumen terhadap barang bajakan. Dalam konteks Asia, orang yang mau berbagi akan dihargai dan orang yang tidak mau berbagi akan

dikucilkan, sehingga konsumen akan memiliki sikap positif terhadap suatu produk yang dapat memberikan manfaat bagi sebanyak mungkin orang (Swinyard *et al*, 1990 dalam Wang *et al*, 2005: 342).

H7: Semakin tinggi tingkat kebersamaan, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin baik.

g. Pencarian hal baru

Cheng *et al.* (1997) dalam Wang *et al.* (2005: 342) menemukan bahwa hal yang baru (*novelty*) atau keinginan untuk mencoba *software* merupakan alasan paling penting kedua setelah pertimbangan atas harga *software* asli yang dianggap terlalu mahal. Wee *et al.* (1995: 39) juga menemukan bahwa pencarian hal-hal baru merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian *software* dalam kelompok pelajar. Menurut Wee *et al.* (1995: 39), pencarian hal-hal baru ini dapat timbul dari ketidakpuasan terhadap suatu produk yang pernah dirasakan pada masa lampau, sehingga konsumen cenderung menjadi suka mencari dan mencoba produk-produk baru untuk mencari produk yang dianggap paling dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, Wee *et al.* (1995: 39) juga mengemukakan bahwa pencarian hal-hal baru ini pada umumnya dilakukan konsumen pada barang-barang yang memiliki risiko pembelian yang rendah, dan pada literatur yang sama dinyatakan bahwa barang-barang bajakan termasuk jenis barang yang memiliki risiko pembelian yang rendah karena harganya yang murah dianggap dapat memuaskan keingintahuan konsumen terhadap suatu produk dan

produk tersebut juga dapat dijadikan sebagai obyek percobaan. Givon et al. (1995) dalam Wang et al. (2005: 342) menyatakan bahwa pembajakan *software* yang dianggap dapat membantu difusi *legal copies*, maka pencarian hal-hal baru ini merupakan salah satu faktor yang perlu untuk diketahui. Penelitian Wang et al. (2005: 344) juga menemukan bahwa faktor pencarian hal baru mempengaruhi sikap konsumen terhadap *software* bajakan. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H8: *Semakin tinggi tingkat keinginan untuk mencari hal-hal baru, maka sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan akan menjadi semakin baik.*

h. Hubungan antara sikap konsumen dengan niat berperilaku terhadap *software* bajakan

Sikap didefinisikan sebagai kecenderungan yang dipelajari dalam cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten, dengan memberi perhatian pada suatu obyek yang diberikan (Schiffman dan Kanuk, 1997: 167). Banyak literatur pemasaran menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap niat untuk berperilaku (Ajzen dan Fishbein, 1977 dalam Wang et al., 2005: 342). Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) dalam Matos et al. (2007: 37), sikap berhubungan erat dengan niat seseorang, yang kemudian dapat menjadi prediktor yang baik untuk perilaku. Penemuan ini didukung oleh Kim dan Hunter (1993) dalam Matos et al. (2007: 38) yang

menemukan bahwa sikap berhubungan positif dengan niat untuk melakukan suatu tindakan.

Ang *et al.* (2001: 233) menyimpulkan bahwa sikap terhadap pembajakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk melakukan pembelian. Semakin baik sikap seseorang terhadap pembajakan, maka semakin besar pula niatnya untuk berperilaku terhadap barang bajakan (Wagner dan Sanders, 2001 dalam Hsu dan Su, 2008: 2). Wang *et al.* (2005: 346) juga menemukan bahwa sikap konsumen terhadap *software* bajakan berhubungan positif dengan niat pembelian. Dengan berdasarkan pada temuan-temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H9: Semakin baik sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan, maka niat berperilakunya terhadap software bajakan akan menjadi semakin besar.

i. Perbedaan sikap konsumen berdasarkan jenis kelamin

Para peneliti terdahulu menemukan bahwa laki-laki memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk membajak *software* dari internet (Hollinger, 1993 dan Hinduja, 2001, 2003 dalam Higgins, 2006: 1). Hasil-hasil penelitian tersebut didukung oleh hasil penelitian Ang *et al.* (2001: 229) yang menyatakan bahwa laki-laki cenderung memiliki sikap yang lebih baik terhadap pembajakan apabila dibandingkan dengan perempuan. Hagan dan Kay (1990) dan Sims *et al.* (1996) dalam Higgins (2006: 3) menemukan bahwa tindakan penggandaan *software* komputer lebih sering dilakukan oleh laki-laki apabila

dibandingkan dengan perempuan. Temuan-temuan tersebut konsisten dengan hasil penelitian Higgins (2006: 16).

Gopal dan Sanders (1998) dalam Gopal *et al.* (2006: 1521) menemukan bahwa jenis kelamin, usia dan kecenderungan etika berpengaruh terhadap perilaku pembajakan *software*. Penelitian lain yang hasilnya juga konsisten dengan temuan-temuan tersebut adalah Simpson *et al.* (1994) dan Wong (1985) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) yang mengidentifikasi jenis kelamin sebagai variabel yang secara signifikan berpengaruh terhadap kecenderungan untuk melakukan pembajakan *software*.

Williams *et al.* (1994) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) mengemukakan bahwa pria memiliki rasa antusias yang lebih tinggi dan menghabiskan lebih banyak waktu dengan komputer apabila dibandingkan dengan wanita karena penggunaan komputer biasanya dipandang sebagai aktivitas maskulin, yang artinya dianggap sebagai suatu aktivitas yang cenderung lebih familiar dilakukan oleh laki-laki. Ini juga didasarkan pada penemuan Pereira dan Kanekar (1984) dalam Rahim *et al.* (2000: 16) yang menyatakan bahwa pada umumnya, pria memiliki kepekaan terhadap etika yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan wanita. Dengan berdasarkan pada temuan-temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H10: Ada perbedaan sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan berdasarkan jenis kelamin.

j. Perbedaan sikap konsumen berdasarkan uang saku

Rahim *et al.* (2000: 16-17) berpendapat bahwa orang dengan status sosial ekonomi yang lebih tinggi akan mampu membeli *software* asli, sehingga kurang memiliki kecenderungan untuk melakukan pembajakan *software*. Selain itu, dalam Rahim *et al.* (2000: 16-17) juga dikemukakan bahwa orang-orang dengan tingkat pendapatan yang lebih rendah akan lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasarnya (seperti misalnya sandang, pangan, papan, pendidikan). Hal ini mengakibatkan mereka seringkali kurang atau bahkan tidak berpikir untuk menggunakan pendapatannya untuk membeli *software* asli, sehingga memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan pembajakan *software*. Temuan Rahim *et al.* (2000: 16-17) ini didukung oleh hasil penelitian Ang *et al.* (2001: 219) yang menemukan bahwa orang-orang dengan pendapatan yang lebih rendah, akan memiliki sikap yang lebih baik terhadap barang bajakan. Berdasarkan temuan tersebut, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H11: Ada perbedaan sikap konsumen terhadap konsekuensi sosial, software bajakan dan perilaku pembajakan berdasarkan jumlah uang saku atau pendapatan.