

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti yang diketahui dengan menggunakan gadget, akan dapat memberikan kemudahan dan manfaat lebih bagi penggunanya. Salah satu khalayak yang paling banyak dalam penggunaan terhadap gadget adalah mahasiswa/i, dikarenakan penggunaan Internet di Indonesia Mayoritas Usia 18-25 Tahun. Survei APJII (asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia) dan Puskakom UI ini juga mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia terhadap tablet sebesar 13 persen¹. mereka memanfaatkan fungsi dari gadget tersebut untuk membantu proses belajar sampai dengan tugas-tugas perkuliahan.

Selain memiliki manfaat dan kemudahan dalam penggunaan, diantaranya menganggap apabila menggunakan *gadget* dengan merk tertentu dengan kualitas dan material bahan yang tinggi, akan dapat meningkatkan strata sosial mereka. Hal tersebut merupakan salah satu faktor seseorang untuk menimbulkan intensi dalam menggunakan gadget.

Dari berbagai fitur yang ditawarkan oleh gadget seperti yang dipaparkan dalam paragraf sebelumnya, dapat menyakinkan khalayak eksternal untuk menimbulkan intensi dalam menggunakan gadget. Dari keberagaman jenis gadget diantaranya (*smartphone, laptop, notebook* dan

¹ Efi Sapriyanti, *Pengguna internet di Indonesia mayoritas usia 18-25 tahun*, Bulet.in, diakses tanggal 29 februari 2016, pukul 17:57 WIB.

tablet), tablet merupakan salah satu jenis gadget yang unik berdasarkan fiturnya walau fungsi dan spesifikasinya tidak jauh berbeda dengan yang lainnya.

Namun dengan keberagaman manfaat yang diberikan oleh tablet, tidak jarang masih terdapat orang-orang yang enggan atau tidak tertarik untuk menggunakan gadget tersebut. Sebagai informasi, penjualan iPad hingga saat ini dilaporkan terus menurun dimana faktor pengguna yang lebih jarang mengganti tablet dibanding smartphone berperan cukup penting. Pada kuartar kemarin, Apple melaporkan sebesar 13% penurunan penjualan iPad ke angka 10.9juta unit yang berarti turun 18% dibandingkan tahun sebelumnya. Analisis percaya bahwa tahun 2018 pasar bisnis akan memiliki hingga 20% dari pangsa pasar tablet secara keseluruhan².

Selain Apple, Samsung Elektronik beberapa saat yang lalu baru saja mengumumkan laporan keuangan untuk triwulan ketiga 2014 yang berakhir bulan September. Sesuai dengan perkiraan sebelumnya, Samsung pada triwulan lalu mengalami penurunan profit yang tajam, yakni mencapai 60% dibandingkan periode yang sama tahun yang lalu. Samsung juga mengalami penurunan pendapatan sebesar 20% dibanding periode sebelumnya. Atas kondisi yang suram ini, pihak Samsung bertekad untuk melakukan perombakan. Samsung berencana melakukan efisiensi dengan mengurangi jumlah model yang disiapkan sehingga Samsung bisa lebih berfokus ke setiap produk dan mengurangi biaya pembelian komponen³.

² Marie Gunawan, *Seiring Meningkatnya Pembelian Tablet Enterprise, Apple Resmikan iPad Pro*, <http://www.teknoup.com>, diakses tanggal 27 februari 2016, pukul 17:23 WIB.

³ Hamdan, *Keuntungan Samsung Kembali Turun Drastis, Bertekad Bangkit Melalui Efisiensi Produk* <http://www.teknoup.com>, diakses tanggal 27 februari 2016, pukul 17:36 WIB.

Penurunan minat terhadap penggunaan tablet juga terlihat di Indonesia, karena sejak akhir 2015 lalu, penjualan gadget tablet sudah mulai lesu ditandai dengan penurunan angka penjualan. Menurut perusahaan riset International Data Corporation (IDC) di akhir Oktober 2015 lalu, pengapalan tablet pada kuartal III (Q3) 2015 turun 12,6 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Total pengapalan tablet pada Q3 2015 mencapai 48,7 juta unit. Akhirnya, di kuartal akhir tahun 2015, dari lima besar vendor tablet, tiga di antaranya mengalami penurunan pangsa pasar. Berdasarkan data yang dirilis IDC, meskipun masih di peringkat satu, pasar Apple iPad turun 19,7 persen, lalu di posisi kedua Samsung, pangsa pasar merosot 17,1 persen dan Asus 43,4 persen. Sedangkan Lenovo yang berada di posisi tiga stagnan dengan 0,9 persen pangsa pasar, kemudian Huawei di posisi lima malah mengalami kenaikan sebesar 147,9 persen⁴.

Berdasarkan informasi di paragraf sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, perusahaan yang memproduksi gadget perlu mempertimbangkan spesifikasi dan fungsi produk agar dapat lebih menunjang kebutuhan pengguna dalam menimbulkan intensi seseorang untuk menggunakan tablet.

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai kerangka model penelitian dan juga dikembangkan terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan tablet, yang di dalamnya terdapat lima konstruksi utama yaitu, *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Attitude toward using*, *Intention to use* dan *Actual use*. Penelitian ini

⁴ www.zopini.com, Alasan mengapa tablet tidak lagi menjadi gadget idola di Indonesia, diakses tanggal 28 februari 2016, pukul 20:07 WIB +

juga bertujuan untuk menguji atau menerapkan kerangka model yang di bangun berdasarkan teori-teori yang ada.

Untuk dapat menimbulkan intensi menggunakan, Faktor pertama yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan adalah sikap. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khancantanee, Suwanno, dan Jarernvongrayab (2014) di Thailand, mengenai pendirian faktor yang mempengaruhi pengusaha untuk mengadaptasi e-marketing. Penelitian tersebut menyatakan bahwa Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan⁵. Hasil yang sama juga dilakukan pada penelitian yang dilakukan oleh O'regan, Chang (2015) di China⁶.

Sikap individu terhadap intensi menggunakan tablet, sangat dipengaruhi oleh manfaat dan fungsi yang ditawarkan oleh sejumlah perusahaan gadget. Apabila spesifikasi dan fitur berujung baik / bagus dimata konsumen, individu akan menimbulkan perasaan positif terhadap objek tersebut dan sebaliknya.

Faktor kedua yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan adalah motivasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kim, Kim dan Wachter (2013) di *Eastern University U.S.A* mengenai pengaruh motivasi terhadap *mobile engagement intention*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile*

⁵ Khancantanee, Suwanno, dan Jarernvongrayab, *Effects of Attitude toward Using, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Compatibility on Intention to Use E-Marketing*, Journal of Management Research, 2014, Vol. 6, No. 3.

⁶ O'regan dan Chan, *Smartphone adoption amongst chinese youth during leisure-based tourism: Challenges and opportunities*, Journal of China Tourism Research, 00: 1–17, 2015.

*engagement intention*⁷. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Omigie, Zo dan Rho, (2015) di Nigeria⁸.

Dorongan dari setiap individu untuk menggunakan tablet akan berbeda-beda. Para produsen gadget harus lebih bisa men-segmentasikan produknya ke pasar dan target konsumen secara detil, dimana bertujuan menimbulkan motivasi seseorang untuk berintensi menggunakan tablet.

Faktor ketiga yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan adalah pengaruh sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raman dan Krishnasamy (2015) di Malaysia. Penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk menggunakan⁹. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Gayar, Moran dan Hawkes (2011) di *Midwestern Institution*, mengenai penerimaan penggunaan tablet terhadap pelajar di *Midwestern Institution*¹⁰.

Faktor keempat yang mempengaruhi intensi menggunakan adalah harapan kinerja. Berdasarkan Nawaz dan Thelijjagoda (2015) di Sri lanka, mengenai minat warga Sri lanka menggunakan *e-Government*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk menggunakan *e-Government*¹¹.

⁷ Kim, Kim, dan Wachter, *A study of mobile user engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention*.

⁸ Omigie, Zo dan Rho, *User acceptance of mobile broadband in Nigeria*, Information and Knowledge Management, Vol.5, No.7, 2015

⁹ Raman dan Krishnasamy, *Skype in the English language*, International Journal of Humanities and Social Science Research, Volume 1; Issue 2; December 2015; Page No. 38-42

¹⁰ Gayar, Moran, dan Hawkes, *Students' Acceptance of Tablet PCs and Implications for Educational Institutions*, Institutions. *Educational Technology & Society*, 14 (2), 58-70.

¹¹ Nawaz dan Thelijjagoda, *Sri Lankan Citizens' Use Behaviour towards E-Government Services*, European Journal of Business and Management, Vol.7, No.8, 2015

Faktor kelima yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan adalah persepsi kesesuaian. Berdasarkan penelitian yang diteliti oleh Kanchanatane, Suwanno dan Jarenvongrayeb (2014) di Thailand. Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pengusaha menengah bawah untuk menggunakan *e-marketing*, Menyatakan bahwa persepsi kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan *e-marketing*¹².

Setelah menetapkan faktor yang mempengaruhi intensi menggunakan, secara tidak langsung faktor sikap ternyata juga dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor. Faktor keenam yaitu sikap dipengaruhi oleh persepsi manfaat, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Praveena dan Thomas. (2014) di Kerala, India. Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan intensi untuk menggunakan facebook. Peneliti menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap¹³.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Khanh dan Gim (2014) di Vietnam, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan intensi menggunakan *mobile-learning* di universitas in ho chi minh city, Vietnam¹⁴.

Sebelum mempunyai sikap positif terhadap penggunaan tablet, individu akan mencari tahu seberapa besar manfaat jika menggunakan barang tersebut. Seberapa besarkah manfaat yang didapat setelah menggunakan tablet akan berdampak positif atau negatif terhadap sikap individu.

¹² Kanchantane, Suwanno, dan Jarenvongrayeb, *loc.cit.* hal.4

¹³ Praveena dan Thomas, *Continuance to use facebook: A study of Perceived enjoyment and TAM*, Bonfiring International Journal of Industrial Engineering and Management Science, Vol. 4, No. 1, February 2014

¹⁴ Khanh dan Gim, *Factors influencing mobile-learning adoption intention: an empirical investigation in high education*, Journal of Social Sciences 10 (2): 51-62, 2014

Faktor ketujuh yaitu sikap dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Juniwati (2014) di Kalimantan, Indonesia. Mengenai faktor yang mempengaruhi intensi untuk berjualan *online*, menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap¹⁵. Kemudian penelitian yang sama juga dilakukan oleh Praveena dan Thomas (2014) di Kerala, India¹⁶.

Sebelum mempunyai sikap positif terhadap intensi menggunakan tablet, individu akan mencari tahu kemudahan apa yang akan diberikan oleh gadget tersebut. Kemudahan apa yang akan diberikan setelah kita menggunakan tablet, apakah menguntungkan atau malah tidak menghasilkan apapun.

Dan faktor terakhir yang secara tidak langsung mempengaruhi intensi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kim (2013) di Korea, mengenai studi penggunaan smartphone di Korea. Peneliti menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat¹⁷. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Park (2009) di Korea, mengenai analisis TAM terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan e-learning¹⁸. Dari penelitian di paragraf ini menyatakan bahwa sebelum mempengaruhi sikap, persepsi manfaat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan.

¹⁵ Juniwati, *Influence of perceived usefulness, ease of use, risk on attitude and intention to shop online*, European Journal of Business and Management, Vol.6, No.27, 2014

¹⁶ Praveena dan Thomas, *Loc.cit. hal.6*

¹⁷ Kim, *A study on adoption factors of korean smartphone users: a focus on TAM (technology acceptance model) and UTAUT (unified theory of acceptance and use of technology)*, Advanced Science and Technology Letters Vol.57 (Business 2014), pp.27-30

¹⁸ Park, *An analysis the technology acceptance model in understanding university student' behavioral intention to use e-learning*, Educational Technology & Society, 12 (3), 150–162.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 50 mahasiswa yang ada di Jakarta, kebanyakan dari mereka belum mempunyai tablet, dari 50 hasil wawancara hanya 14 yang memiliki tablet dan menggunakannya, sisanya sebanyak 36 mahasiswa tidak memiliki tablet.

Dari 36 mahasiswa yang tidak memiliki tablet, 12 mahasiswa memiliki intensi untuk menggunakan tablet dalam beberapa waktu kedepan, dan sisanya sebanyak 24 tidak mempunyai intensi untuk menggunakan tablet.

Rendahnya intensi mahasiswa terhadap penggunaan tablet dipengaruhi berbagai macam faktor. Faktor yang paling dominan mempengaruhi rendahnya intensi mahasiswa terhadap penggunaan tablet adalah persepsi kemudahan penggunaan, dari hasil wawancara mereka merasa sulit untuk mengoperasikan tablet ketimbang smartphone dan juga ukuran tablet yang terlalu besar.

Berdasarkan hasil data, fakta dan wawancara di atas yang bersumber dari artikel, penelitian sebelumnya, dan responden, peneliti bertujuan meneliti apakah faktor-faktor tersebut akan berpengaruh positif terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan tablet.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang bersumber dari beberapa penelitian sebelumnya, maka dapat dikemukakan hal-hal yang mempengaruhi rendahnya intensi penggunaan tablet adalah sebagai berikut :

1. Rendahnya sikap dalam menggunakan tablet.
2. Rendahnya motivasi dalam menggunakan tablet.
3. Buruknya faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan tablet.

4. Rendahnya harapan kinerja dalam menggunakan tablet.
5. Buruknya persepsi kesesuaian dalam menggunakan tablet.
6. Buruknya persepsi manfaat dalam menggunakan tablet.
7. Buruknya persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan tablet.
8. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah pada intensi untuk menggunakan sangatlah luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi biaya dan waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah: “Pengaruh Sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan motivasi terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan tablet”.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap Sikap?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap sikap?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan sikap terhadap intensi untuk menggunakan tablet?

5. Apakah terdapat pengaruh signifikan motivasi terhadap intensi mahasiswa untuk menggunakan tablet?

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian adalah manfaat dari hasil penelitian bagi berbagai pihak yang terkait. Bentuk kegunaan penelitian meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoretis

Berdasarkan obyek penelitian pada penelitian sebelumnya, yaitu seperti intensi untuk menggunakan e-marketing, e-banking, teknologi, smartphone dan tablet, peneliti tertarik untuk meneliti kembali penelitian mengenai intensi untuk menggunakan tablet namun dengan faktor-faktor dan tempat penelitian yang berbeda. Oleh karena itu penelitian ini akan menjadi sumbangan ilmu pengetahuan yang baru, khususnya untuk penelitian mengenai intensi untuk menggunakan tablet.

2. Kegunaan Praktis

a. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan yang khususnya bergerak dibidang elektronik dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor dalam menimbulkan intensi untuk menggunakan.

b. Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Fakultas Ekonomi pada khususnya, atau Universitas Negeri Jakarta pada umumnya

sebagai referensi untuk melakukan pengembangan kegiatan penelitian khususnya yang berkaitan dengan penggunaan teknologi.

c. Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang penggunaan teknologi.