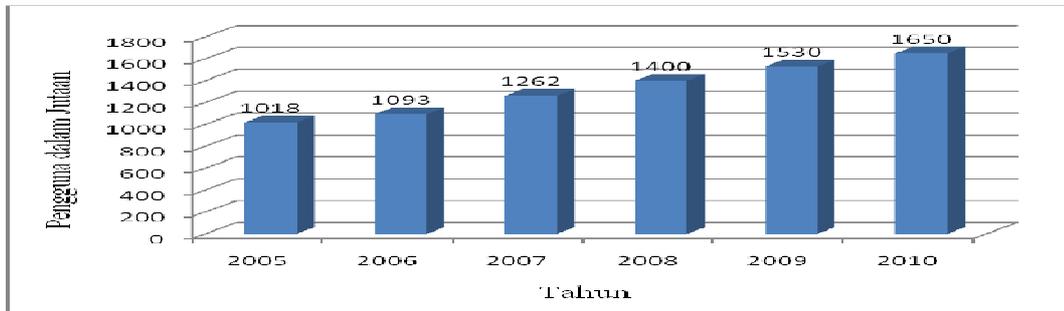


Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi informasi sudah berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan internet di seluruh dunia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun seperti yang terlihat pada Gambar I.1. Hingga tahun 2010, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 39.600.000 orang, dengan jumlah total populasi 242.968.342 jiwa (ITU, 2010). Angka tersebut tentu menjadi sebuah peluang bagi penyedia jaringan jasa telekomunikasi di Indonesia untuk memperluas bisnisnya di bidang jasa internet.



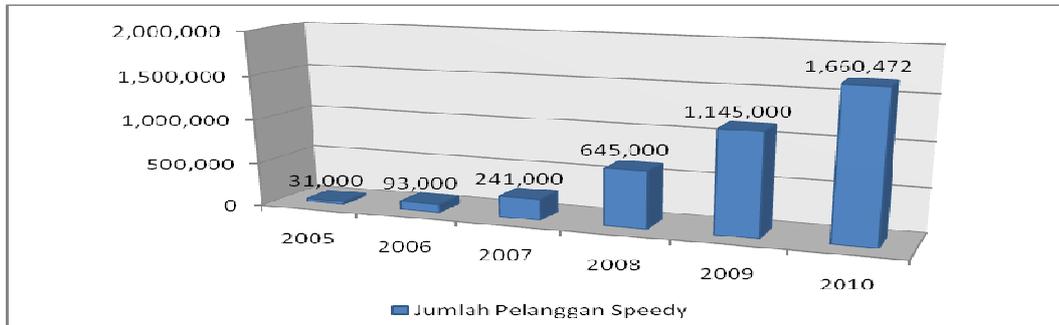
Gambar I.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Dunia

Sumber: APJII (2010)

PT Telkom sebagai salah satu penyedia jaringan jasa telekomunikasi yang terkemuka di Indonesia, juga ikut ke dalam persaingan penyediaan jasa internet. Selain menyediakan layanan Telkomnet Instant (*narrowband*), PT Telkom meluncurkan layanan internet yang diberi nama Speedy (*broadband*). Produk Speedy ini diluncurkan karena PT Telkom melihat peluang pasar yang sangat besar dalam persaingan bisnis layanan internet, dan juga karena produk sebelumnya yaitu *fixed phone* kurang bisa bersaing dikarenakan semakin banyaknya pesaing perangkat telepon berbasis *celluler*.

Sejak diluncurkan pada tahun 2005, produk Speedy mendapatkan respon positif dari masyarakat. Hal ini terlihat dari jumlah pelanggan Speedy yang terus mengalami peningkatan selama periode 2005 hingga 2009, yang ditunjukkan pada Gambar I.2. Kecenderungan yang positif ini membuktikan bahwa kebutuhan

manusia akan internet sangat tinggi, sehingga PT Telkom harus terus membuat inovasi agar internet tersebut mudah dijangkau oleh orang-orang yang memang membutuhkan.



Gambar I.2 Jumlah Pelanggan Speedy di Indonesia

Sumber: Telkom (2010)

Terdapat banyak hal yang dapat memengaruhi seseorang untuk berlangganan internet Speedy, sehingga dilakukan survei pendahuluan untuk menangkap alasan masyarakat Denpasar ingin berlangganan Speedy. Studi pendahuluan dilakukan terhadap 25 orang pengguna Speedy di Kota Denpasar, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi responden untuk berlangganan internet Speedy yang ditunjukkan dalam Tabel I.1 di bawah ini.

Tabel I.1 Alasan Responden Berlangganan Internet Speedy

No.	Alasan Responden Berlangganan Internet Speedy	Variabel Menurut Referensi Jurnal	Jumlah Responden
1	Kecepatan akses yang stabil, kemampuan akses internet yang cepat, kemampuan <i>download</i> files yang cepat	<i>Relative advantages</i>	18
2	Konten-konten yang menarik	<i>Utilitarian outcomes</i>	10
3	Pengaruh dari teman dan keluarga	<i>Primary influence</i>	15
4	Pengaruh dari iklan	<i>Secondary influence</i>	8
5	Adanya pengetahuan mengenai kualitas internet	<i>Perceived knowledge</i>	6
6	ketersediaan <i>manual instruction</i>	<i>Self-efficacy</i>	8
7	Proses melakukan koneksi internet yang mudah, banyaknya pilihan cara pembayaran tagihan internet	<i>Perceived ease of use</i>	10
8	Paket <i>bundling</i> yang beragam	<i>Cost</i>	13

DCS (*Division Consumer Service*) Area Denpasar meluncurkan layanan internet Speedy di Denpasar sejak Juni 2006 dengan target awal 10.032 pengguna. Pada tahun 2010, pengguna layanan internet Speedy di Denpasar sudah mencapai 29.417 orang, dari target pengguna sebesar 40.815 orang (DCS Area Denpasar, 2010), hal ini mengindikasikan kurang maksimalnya program peningkatan jumlah pelanggan Speedy.

Jumlah pengguna telepon rumah di kota Denpasar sebanyak 164.212 SST (Satuan Sambungan Telepon), dengan jumlah pengguna layanan internet Speedy baru 29.417 SST (DCS Area Denpasar, 2010). Angka ini menjadi suatu peluang bagi DCS area Denpasar untuk meningkatkan jumlah pelanggan layanan internet Speedy. Berdasarkan pemaparan masalah-masalah di atas, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui intensi pengguna internet untuk mengadopsi layanan internet Speedy di kota Denpasar, sehingga PT Telkom dapat membuat program promosi yang lebih sesuai dan menarik bagi pengguna internet.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang juga mengangkat masalah *behavioral intention*, terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Variabel tersebut antara lain *relative advantages* dan *utilitarian outcomes* dalam *attitudinal constructs* (Dwivedi, Williams, Lal, dan, Weerakkody, 2007), *primary influence* dan *secondary influence* dalam *normative construct* (Dwivedi, Khoumbati, Williams, Lal, dan Gravi, 2006), dan *perceived knowledge*, *perceived ease of use*, *cost* (Dwivedi dkk., 2006) dan *self-efficacy* (Dwivedi, Lal, dan Williams, 2008) dalam *control construct*. Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya, penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *attitudinal construct* (*relative advantages* dan *utilitarian outcomes*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*?
2. Bagaimana pengaruh *normative construct* (*primary influence* dan *secondary influence*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*?

3. Bagaimana pengaruh *control construct* (*perceived knowledge, self-efficacy, perceived ease of use, dan cost*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*?
4. Bagaimana usulan program peningkatan adopsi layanan Speedy bagi pengguna internet berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *attitudinal construct* (*relative advantages dan utilitarian outcomes*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*.
2. Mengetahui pengaruh *normative construct* (*primary influence dan secondary influence*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*.
3. Mengetahui pengaruh *control construct* (*perceived knowledge, self-efficacy, perceived ease of use, dan cost*) terhadap *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*.
4. Merumuskan usulan program peningkatan adopsi layanan internet Speedy bagi pengguna internet berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention (BI) to Adopt Speedy*.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan bagi DCS (*Division Consumer Service*) Area Denpasar untuk merumuskan program peningkatan jumlah pelanggan dengan mengetahui intensi pengguna internet untuk mengadopsi internet Speedy, berdasarkan pengaruh konstruk *attitudinal, normative, dan control*.

I.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Denpasar yang belum berlangganan internet Speedy dan menggunakan internet minimal enam bulan.
2. Perumusan program untuk meningkatkan adopsi speedy yang diusulkan tidak sampai tahap implementasi, hanya berupa rekomendasi.
3. Periode pengambilan data dilakukan dalam rentang waktu bulan Juni 2011 sampai Juli 2011. Perubahan yang terjadi setelah kurun waktu penelitian tidak dimasukkan dalam analisis.