

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Ekonomi digital menjelma menjadi salah satu sumber pertumbuhan ekonomi suatu negara seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi. Sebagai negara berkembang kesehatan masyarakat memiliki peran penting dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, penanggulangan kemiskinan dan pembangunan ekonomi. "Kesehatan merupakan sebuah kebutuhan yang sangat mendasar bagi setiap orang. Namun, kesehatan seringkali menjadi hilir (dampak) dari berbagai permasalahan yang dialami individu dan lingkungan sekitarnya. Padahal, kesehatan merupakan modal awal bagi perkembangan potensi individu dalam hidup" (Kemenkes RI, 2018).

Menteri Kominfo memperikarakan, *startup* di bidang kesehatan dan pendidikan berpeluang menjadi *unicorn* selanjutnya setelah OVO. Pemerintah mengalokasikan Rp 500 triliun lebih untuk pendidikan tahun depan. Sedangkan untuk kesehatan, pemerintah mengalokasikan lebih dari Rp 100 triliun. "Bisnis itu mengikuti aliran uang. Angka-angka itu memberikan gambaran besar peluang *startup edutech* dan *healthcare* menjadi *unicorn* di Indonesia" (Annur, 2019). Perkembangan *startup* kesehatan kini kian menjanjikan, salah satunya bagi perusahaan Halodoc. Halodoc merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani di bidang telekonsultasi kesehatan. Halodoc menilai pasar kesehatan memang potensial dan pemain di sektor kesehatan belum terlalu banyak. Halodoc yakin aplikasi seperti perusahaan ini akan memberikan akses kesehatan yang lebih mudah di seluruh Indonesia. Selain itu, pelaku usaha di bisnis ini masih berfokus di pulau Jawa. Sehingga potensi pasar di sektor kesehatan ini cukup besar, khususnya di pulau Jawa.

Tabel 1.1 Jumlah Dokter Umum Menurut Provinsi Tahun 2018

No	Provinsi	Dokter Umum
1	Aceh	3.654
2	Sumatera Utara	10.541
3	Sumatera Barat	3.308
4	Riau	3.952
5	Jambi	1.741
6	Sumatera Selatan	3.438
7	Bengkulu	879
8	Lampung	2.636
9	Kepulauan Bangka Belitung	499

No	Provinsi	Dokter Umum
10	Kepulauan Riau	1.121
11	DKI Jakarta	18.905
12	Jawa Barat	20.929
13	Jawa Tengah	12.358
14	DI Yogyakarta	4.052
15	Jawa Timur	15.948
16	Banten	6.645
17	Bali	4.091
18	Nusa Tenggara Barat	1.354
19	Nusa Tenggara Timur	926
20	Kalimantan Barat	1.359
21	Kalimantan Tengah	822
22	Kalimantan Selatan	1.427
23	Kalimantan Timur	2.056
24	Kalimantan Utara	244
25	Sulawesi Utara	2.779
26	Sulawesi Tengah	848
27	Sulawesi Selatan	4.722
28	Sulawesi Tenggara	652
29	Gorontalo	319
30	Sulawesi Barat	154
31	Maluku	503
32	Maluku Utara	251
33	Papua Barat	309
34	Papua	1.037
Indonesia		134.459

Sumber : Humas Litbangkes, 2019

Seperti yang diketahui bahwa jumlah dokter yang ada di Indonesia saat ini tidak sebanding dengan jumlah penduduk yang ada. Menurut data pada tahun 2018 terdapat 134.459 dokter umum di seluruh Indonesia (Kemenkes, 2018). Dengan jumlah penduduk yang mencapai 265.015.313 jiwa. Jika dihitung setiap dokter rata-rata harus melayani sekitar 1.980 penduduk. Menurut Ikatan Dokter Indonesia, idealnya seorang dokter menangani 30 pasien saja setiap harinya. Setiap pasien idealnya dilayani sekitar 15 menit atau 8-10 menit untuk berkomunikasi dengan pasien. Namun kenyataannya dalam sehari satu dokter bisa layani lebih 100 pasien, komunikasi jadi berkurang (Detik, 2013). Lebih dari separuh dari jumlah dokter umum yang ada di Indonesia sekitar 78.837 dokter melakukan praktiknya di Pulau Jawa. Provinsi Jawa Barat adalah yang paling banyak memiliki dokter umum, yakni mencapai 20.929 dokter. Sementara di DKI Jakarta terdapat 18.905 dokter dan Jawa Timur sebanyak 15.948 dokter. Adapun yang paling sedikit dibandingkan dengan provinsi lainnya yaitu Sulawesi Barat yang hanya ada memiliki 154 dokter umum. “Jumlah dokter, baik dokter umum maupun dokter spesialis, masih

terkonsentrasi di wilayah Indonesia bagian barat” (Dirajo, 2018). Selain itu, distribusi dokter juga lebih banyak berada di perkotaan dibanding wilayah terpencil.

Saat awal diluncurkan pada April 2016, pengguna aplikasi Halodoc baru 100 ribu dan sekitar 8 ribu dokter yang bergabung. Saat ini, Halodoc telah bermitra dengan 20 ribu dokter berlisensi, 1.300 apotek, dan bekerja sama dengan 500 rumah sakit di seluruh Indonesia. Hal ini membuat jangkauan layanan aplikasi kesehatan semakin besar. Pada bulan maret 2019, Halodoc meraih pendanaan seri B US\$ 65 juta tau sekitar Rp 920 miliar, dimana modal itu digunakan untuk pengembangan layanan kesehatan dengan menggandeng lebih banyak mitra penyedia jasa dan asuransi. Berdasarkan data Frost and Sullivan, nilai industri kesehatan di Indonesia diperkirakan naik dari US\$ 7 triliun pada 2014 menjadi US\$ 21 triliun tahun 2019. Berkaca dari data tersebut, Halodoc berfokus mentransformasikan sektor kesehatan melalui pemanfaatan teknologi yang mutakhir. Untuk memperluas pasar, Halodoc pun bekerja sama dengan beberapa investor. Di antaranya O penspace Ventures, Grup Clemont, Blibli.com, InvesIdea, serta dengan grup Gojek melalui fitur Go-med (Annur, 2019).



Sumber : APJII 2018

Gambar 1.2 Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2018

Hasil dari studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen dari tahun lalu. Hasilnya dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet (APJII, 2018). Ini menunjukkan bahwa minat penggunaan internet di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya. Banyak perusahaan yang sudah melakukan perpindahan bisnis yang biasanya dilakukan secara *offline* atau melakukan

transaksi secara langsung menjadi *online* agar mampu memenangkan persaingan pasar. Walaupun perusahaan yang mengambil keputusan untuk mengadopsi suatu sistem teknologi informasi, tetapi keberhasilan penggunaan sistem tersebut tergantung dari penerimaan calon pengguna. Calon pengguna yang pada akhirnya memutuskan siap atau tidak siap dalam menggunakan teknologi tersebut.

Karakteristik individu menjadi salah satu pusat perhatian dalam menentukan faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan seseorang terhadap sistem informasi/teknologi baru. Salah satunya adalah kesiapan individu dalam menggunakan teknologi secara umum. Kesiapan ini diukur melalui sebuah instrumen, yaitu *Technology Readiness* yang dikembangkan oleh Parasuraman (2001). *Technology Readiness* memiliki empat dimensi yang terdiri dari: optimisme (*optimism*), inovasi (*innovativeness*), ketidaknyamanan (*discomfort*), dan ketidakamanan (*insecurity*) (Parasuraman, 2000; Indriani & Kunci, n.d.). Dalam pembahasan mengenai penerimaan sistem informasi/teknologi baru, *Theory of Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa penggunaan sistem (*system usage*) dipengaruhi oleh minat menggunakan (*behavioral intention*). Minat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi pengguna (*beliefs*) yang selanjutnya dibedakan menjadi dua, yaitu persepsi kemanfaatan sistem (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan sistem (*perceived ease of use*) (Jogiyanto, 2007).

Minat menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh sikap dari pengguna. Menurut Davis *et al.* (1989) dalam menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat adalah keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007). Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor sosial, perasaan (*affect*), dan konsekuensi dari perasaan (Safitri, 2015; Mirna, Farida, 2016). Menurut Thompson *et al.*, (1991) semakin besar keyakinan seseorang terhadap manfaat dari teknologi informasi mampu meningkatkan minat mereka dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan pekerjaannya (Mirna, Farida, 2016). Maka dari itu persepsi dari pengguna akan sangat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan atau tidak menggunakan teknologi. Minat penggunaan *suatu teknologi* dilandasi oleh berbagai faktor antara lain *technology readiness*, persepsi kemudahan, dan terakhir persepsi manfaat.

Technology readiness mengacu pada kecenderungan manusia untuk menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan baik dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sehari-hari (Parasuraman, 2000; Mirna, Farida, 2016). Konsumen akan lebih cenderung menggunakan teknologi yang memberikan kenyamanan, efisiensi, dan dalam pengoperasiannya membawa kesenangan bagi penggunanya (J. S. C. Lin & Hsieh, 2007; Parasuraman,

2000; Mirna, Farida, 2016). Meskipun dalam penggunaan teknologi banyak manfaat yang diperoleh, dalam waktu yang sama keyakinan bahwa kesulitan dalam penggunaan dan manfaat kinerja dapat sebanding, juga dapat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi (F. Davis, 1989; Mirna, Farida, 2016).

Orang yang optimis selalu percaya bahwa teknologi memberi mereka banyak nilai dan fungsi yang berguna untuk menyelesaikan pekerjaan mereka di perusahaan dan tugas mereka di rumah dengan cara yang paling efektif. Optimisme didefinisikan sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan (Parasuraman, 2000; Mirna, Farida, 2016). Optimisme akan membantu orang meningkatkan kontrol, kepercayaan pada teknologi, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan.

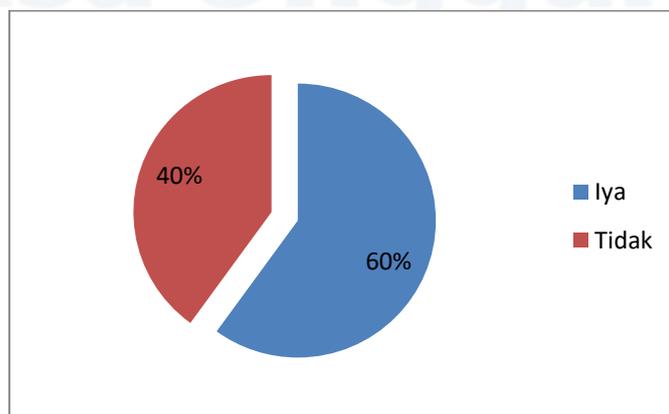
Orang-orang yang inovatif suka mencari teknologi terbaru dan menikmati tantangan dalam menemukan kegunaan teknologi tersebut. Ketika teknologi baru sedang digunakan, mereka ingin memiliki dan menggunakannya untuk pertama kali sebelum orang lain menggunakannya (Parasuraman, 2000). Inovasi merupakan sikap positif yang berkaitan dengan keinginan untuk menjadi pelopor dan pemimpin dalam penggunaan teknologi baru (Parasuraman, 2000; Chen et al., 2009). Orang-orang yang inovatif melihat fungsi teknologi secara positif (Lu et al., 2012). Semakin dekat mereka dengan teknologi baru, semakin berguna mereka melihat teknologi baru (Walczuch et al., 2007).

Ada beberapa faktor mengapa orang menerima atau menolak teknologi informasi, diantaranya faktor yang pertama yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*). Menurut Davis (1989) persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerjanya (Jogiyanto, 2007). Suatu sistem dengan tinggi manfaat yang dirasakan yaitu adalah salah satu yang membuat pengguna meyakini adanya hubungan penggunaan atau kinerja yang positif. Orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi yaitu sejauh mana mereka percaya bahwa aplikasi akan membantu mengerjakan pekerjaan mereka dengan lebih baik. Manfaat yang mungkin dirasakan apabila masyarakat menggunakan aplikasi Halodoc yaitu memungkinkan para penggunanya untuk bertanya dan konsultasi secara langsung dengan dokter berlisensi di Indonesia dan juga telah memungkinkan pengguna untuk melakukan tes laboratorium atau pemesanan obat dari rumah melalui *smartphone*.

Kemudian faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi yang kedua yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), mengacu pada “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”

(Jogiyanto, 2007). Aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain lebih mungkin diterima oleh pengguna. Ndubisi *et al.* (2003) jelaskan dimana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) mengacu pada bagaimana interaksi yang jelas dan dapat dimengerti atas sistem informasi yang digunakan, kemudahan mendapatkan sistem informasi untuk melakukan apa yang diperlukan, usaha mental yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem informasi (Rahayu, Widilestariningtyas, & Rachmanto, 2010). Kemudahan ini mungkin dapat dirasakan apabila masyarakat menggunakan aplikasi Halodoc karena dapat dengan mudah mengaksesnya melalui aplikasi yang dapat di download oleh pengguna IOS maupun Android yang ada di *smartphone* dimanapun dan kapanpun itu tanpa harus datang langsung atau mengantri dan obat dapat langsung diantarkan ke tempat tujuan setelah melakukan konsultasi atau pembelian obat.

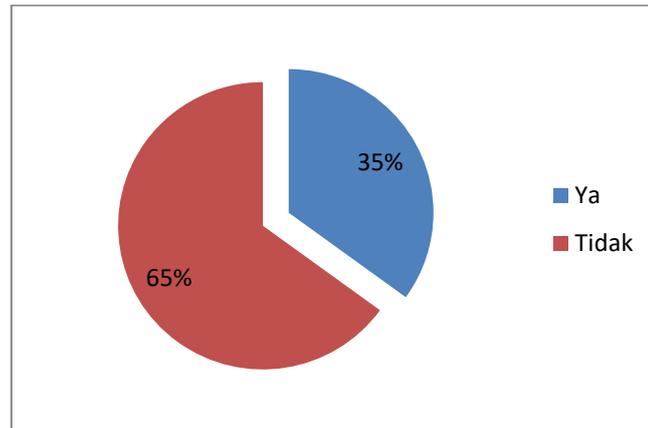
Tingginya penggunaan internet yang ada di Indonesia ini menarik untuk dilakukan suatu penelitian untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat seseorang dalam penggunaan aplikasi Halodoc. Hal ini penting karena hasil penelitian ini dapat memberikan petunjuk bagi perusahaan sejenis yang mengembangkan layanan kesehatan dengan teknologi, yaitu salah satunya untuk dapat merumuskan strategi pemasaran mereka guna menjaga konsistensi dan keunggulan kompetitif aplikasi Halodoc di masa yang akan datang. Untuk mengetahui alasan dari masyarakat mengenai fenomena yang telah diuraikan diatas, saya melakukan pra survey kepada 20 responden mengenai aplikasi Halodoc untuk mengetahui minat penggunaan aplikasi Halodoc oleh konsumen di daerah Kabupaten Tangerang. Pra survey dilakukan pada tanggal 1 Desember 2019. Adapun hasil dari pra survey disajikan dalam gambar berikut ini.



Sumber : Diolah peneliti, 2019

Gambar 1.3 Mengetahui Aplikasi Halodoc

Hasil dari prasurvey diatas dapat dilihat bahwa ada sebanyak 40% responden yang tidak mengetahui aplikasi Halodoc dan sisanya 60% mengetahui aplikasi Halodoc. Banyaknya responden yang belum mengetahui aplikasi Halodoc adalah salah satu alasan rendahnya minat dalam menggunakan aplikasi tersebut.



Sumber : Diolah peneliti, 2019

Gambar 1.4 Pengguna Aplikasi Halodoc

Hasil dari prasurvey diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 65% responden belum berminat untuk menggunakan aplikasi Halodoc karena alasan sulit, rumit, belum mengetahui aplikasi dan alasan yang paling banyak yaitu khawatir tidak akurat. Sedangkan sebesar 35% yang pernah menggunakan atau mengetahui beranggapan bahwa aplikasi Halodoc dirasa bermanfaat dan mudah digunakan serta ingin mencoba teknologi baru.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan dari prasurvey diatas penelitian ini mencoba untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi Halodoc pada masyarakat yang ada di Kabupaten Tangerang. Penelitian ini menggunakan variabel dependen, minat menggunakan aplikasi Halodoc. Sedangkan variabel independennya menggunakan variabel *technology readiness*, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan. Alasan memilih Halodoc karena merupakan perusahaan rintisan (*startup*) dibidang kesehatan (*health tech*) yang ada di Indonesia yang sedang mengalami peningkatan yang cukup pesat sehingga menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah didapat maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Technology Readiness*, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Halodoc**”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Mendapati konsumen yang tidak siap dengan penggunaan teknologi yang semakin maju sehingga masih rendahnya minat untuk menggunakan aplikasi Halodoc.
2. Mendapati konsumen yang merasa tidak mengetahui manfaat aplikasi Halodoc sehingga ragu untuk menggunakan aplikasi Halodoc.
3. Mendapati konsumen merasa bingung dalam penggunaan aplikasi Halodoc sehingga tidak ingin mencoba aplikasi Halodoc.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi dan waktu maka penelitian ini membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi masalah hanya pada aplikasi Halodoc.
2. Penelitian ini ditujukan kepada masyarakat yang ditemui di wilayah Kabupaten Tangerang.
3. Pada penelitian ini peneliti hanya berfokus pada variabel *technology readiness* (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi kemudahan (X3) dan minat menggunakan (Y).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *technology readiness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Halodoc?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan Halodoc?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Halodoc?
4. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara *technology readiness*, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Halodoc?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bahwa terdapat pengaruh *technology readiness* terhadap minat menggunakan Halodoc.
2. Untuk mengetahui bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan Halodoc.
3. Untuk mengetahui bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Halodoc.

4. Untuk mengetahui bahwa terdapat pengaruh terdapat pengaruh secara bersama-sama antara *technology readiness*, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Halodoc.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan tentang pemasaran yang berkaitan *technology readiness*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian diharapkan membantu Halodoc dalam melihat manfaat dan hasil yang diperoleh dari *technology readiness*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan serta dapat membantu meningkatkan omset perusahaan.
3. Bagi Pembaca
Sebagai referensi bagi penelitian penelitian selanjutnya mengenai *technology readiness*, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan minat menggunakan