

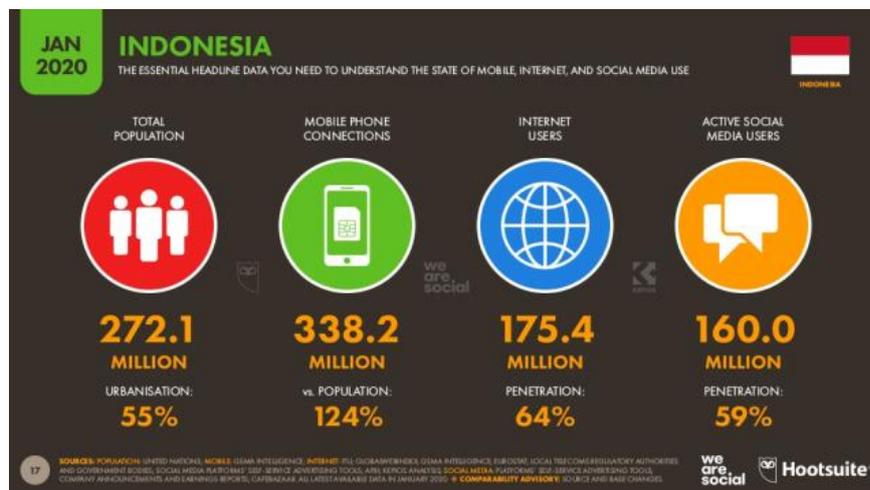
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbicara mengenai perkembangan teknologi, sudah tidak heran jika perkembangannya mengalami peningkatan setiap harinya yang diikuti dengan pertumbuhan pengguna internet. Menurut riset *platform* manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social bertajuk “Global Digital Reports 2020”, jumlah penduduk Indonesia yang telah terkoneksi dengan jaringan internet hampir menyentuh angka 64 persen. Angka tersebut menunjukkan banyaknya pengguna internet di Indonesia (kumparan.com, 2020).

Sebuah riset yang dirilis pada akhir Januari 2020 menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang.



Sumber : kumparan.com

Gambar 1 . 1 Pengguna Internet di Indonesia



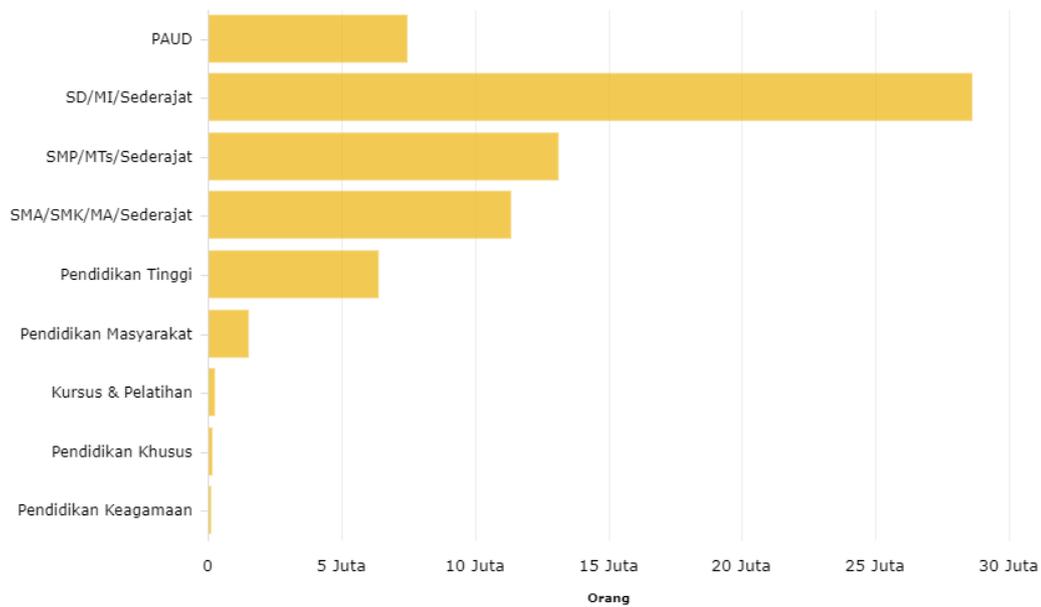
Sumber : kumparan.com

Gambar 1 . 2 Jumlah Penambahan Pengguna Internet di Indonesia

Dari gambar 1.2 terlihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 17 persen atau sejumlah 25 juta pengguna dibandingkan tahun 2019.

Perkembangan teknologi di Indonesia sangat berpengaruh pada berbagai aspek, salah satunya pendidikan. Saat ini, teknologi memiliki peranan tersendiri dalam proses belajar mengajar. Menurut Haris Budiman (2017), salah satu kecenderungan pendidikan di Indonesia pada masa mendatang yaitu berkembangnya pendidikan terbuka dengan modus belajar jarak jauh (*distance learning*). Adanya perkembangan teknologi dalam dunia pendidikan saat ini, memungkinkan untuk diadakannya belajar jarak jauh.

Wabah COVID-19 yang saat ini masih terus merebak di Indonesia juga menjadi salah satu faktor pendukung diadakannya belajar jarak jauh. Per April 2020, setidaknya ada 28.587.688 murid yang melakukan proses belajar jarak jauh. Mulai dari tingkat SD, SMP, SMA, perguruan tinggi hingga kursus & pelatihan.



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1 . 3 Pandemi Covid, Puluhan Juta Murid Belajar di Rumah

Dari gambar 1.3 dapat terlihat bahwa akibat covid-19, proses belajar jarak jauh dilakukan di Indonesia. Karena itu, tidak heran jika saat ini platform belajar jarak jauh atau daring sedang berkembang pesat di Indonesia.

Salah satu platform belajar jarak jauh yang ada di Indonesia yaitu IndonesiaX. IndonesiaX masuk kedalam kategori industri *Massive Open Online Course* (MOOC). MOOC merujuk kepada kursus daring gratis dan dapat dilakukan oleh siapapun yang memiliki koneksi internet (Tong & Li, 2017). MOOC merupakan kursus gratis yang terbuka untuk umum dan ditandai dengan jumlah orang yang mendaftar secara masif. Biasanya kursus ditawarkan dalam format digital berbasis web (Gardner & Brooks, 2018).

Sejak tahun 2007, IndonesiaX telah mengadopsi sistem menyerupai MOOC yang menyebarkan materi pelajaran melalui CD dan internet. Di tahun 2014, pemerintah bersama dengan beberapa universitas di Indonesia meluncurkan sistem kuliah *online* dengan nama Pembelajaran Daring Indonesia Terbuka dan Terpadu (PDITT). Pada akhirnya di tahun 2015, mulai ada beberapa universitas dan lembaga non-profit yang membuat MOOC (kampusunj.com, 2016).

Situs MOOC	Penyajian konten	Jumlah materi	Institusi pendukung	Estimasi kunjungan*	Popularitas (fans) di media sosial				
					Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Total
CodeSaya	Teks & Interaktif	4	Digital Ocean	67,300	1,620	1,279	0	0	2,899
FOCUS Fisipol UGM	Teks & Video	12	BCA	836	0	0	0	0	0
IndonesiaX	Teks & Video	15	edX, HarvardX, IDX, ITB, ITS, NET, Rumah Perubahan, UI, UNAIR, UNPAD, UT	141,200	197,580	47,261	1,975	560	247,376
MOOCs Univ. Terbuka	Teks & Video	7	-	45,200	0	0	0	0	0
Sibejoo	Video	82	-	17,100	3,017	1,106	692	13,463	18,278
UCEO Univ. Ciputra	Teks & Video	11	-	44,300	6,974	3,952	10,400	0	21,326

*Estimasi bulan April-Juni 2016 berdasarkan similarweb.com

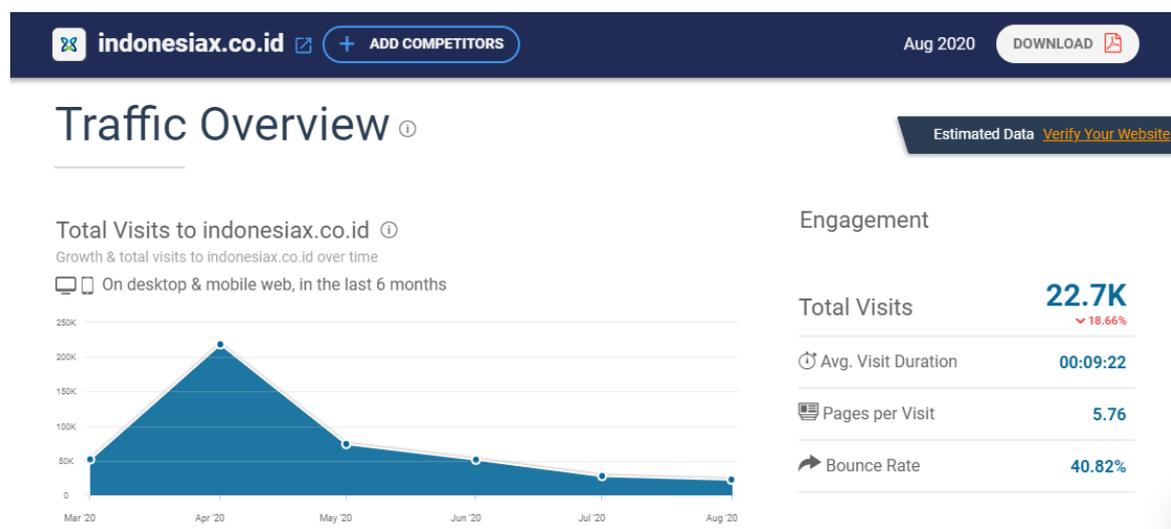
Sumber : similarweb.com

Gambar 1 . 4 Situs MOOC di Indonesia tahun 2016

Saat ini, IndonesiaX merupakan platform industri MOOC no.1 di Indonesia. IndonesiaX merupakan platform belajar online yang didirikan pada tahun 2015 yang menawarkan kursus-kursus dari Universitas, institusi dan praktisi di berbagai bidang. IndonesiaX lebih berfokus kepada pengembangan edukasi dan pelatihan online berkualitas tinggi, dan dapat diakses secara gratis.

IndonesiaX saat ini telah mengalahkan Simolek, FOCUS by UGM, dan beberapa platform MOOC lainnya yang sudah tidak aktif membuat konten belajar. Malahan, kompetitor terbesar bagi IndonesiaX yaitu Skill Academy by RuangGuru. Skill Academy bergerak dalam industri *online courses*. Sehingga dapat dikatakan persaingan saat ini sudah bukan MOOC melainkan *online courses*.

IndonesiaX mengalami penurunan *traffic* selama beberapa bulan terakhir. Dari data hasil pengecekan *web traffic*, IndonesiaX mengalami penurunan pengunjung sebesar 18.66% (similarweb, 2020).

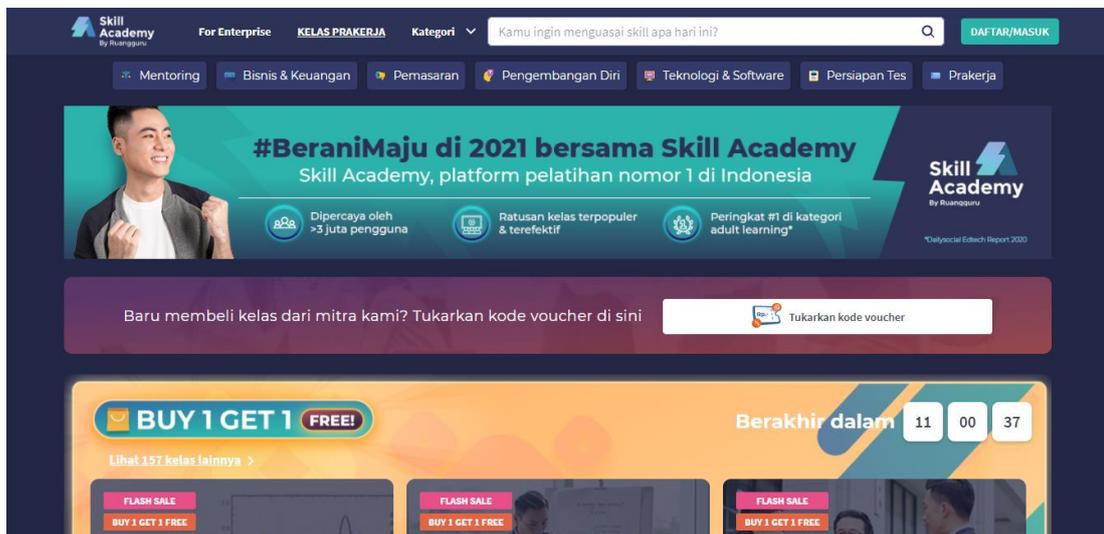


Sumber : similarweb.com

Gambar 1 . 5 IndonesiaX *Traffic Overview*

Pada gambar 1.5 dapat dilihat adanya penurunan pengunjung yang terus terjadi dari bulan April hingga Agustus 2020. Namun tidak hanya itu. Jika dibandingkan dengan beberapa pesaingnya, IndonesiaX juga mengalami kekalahan jumlah pengguna.

Salah satu pesaing lokal IndonesiaX yaitu Skill Academy. Skill Academy merupakan layanan terbaru dari Ruangguru yang lebih menawarkan ilmu pengembangan skill oleh instruktur yang terbukti ahli dibidangnya. Skill Academy menyasar para mahasiswa, first jobber, maupun profesional yang ingin meningkatkan kualitas diri (play.google.com, 2020).



Gambar 1 . 6 Website SkillAcademy

Skill Academy merupakan platform belajar online yang menyediakan kursus berbayar dengan harga yang beragam. Namun Skill Academy menawarkan berbagai penawaran menarik seperti *flash sale*, *buy 1 get 1 free*, dan *payday promo*.



Gambar 1 . 7 Payday Promo Skill Academy

Platform belajar online Skill Academy yang baru berdiri pada tahun 2019 lalu berhasil mengalahkan IndonesiaX bahkan menjadi salah satu pesaing terbesar bagi IndonesiaX.

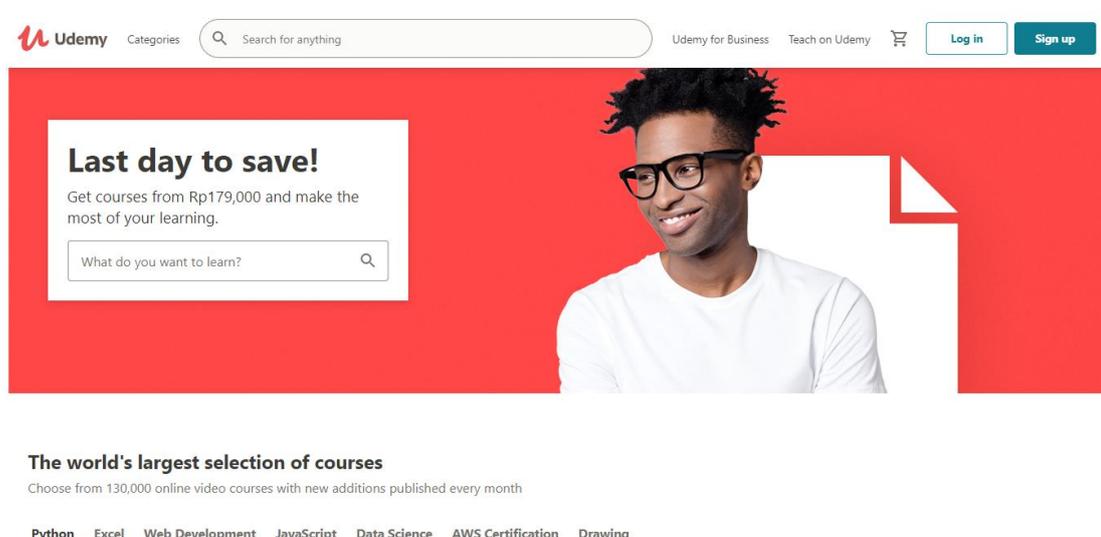


Sumber : similarweb.com

Gambar 1 . 8 IndonesiaX vs. Skill Academy Traffic Overview

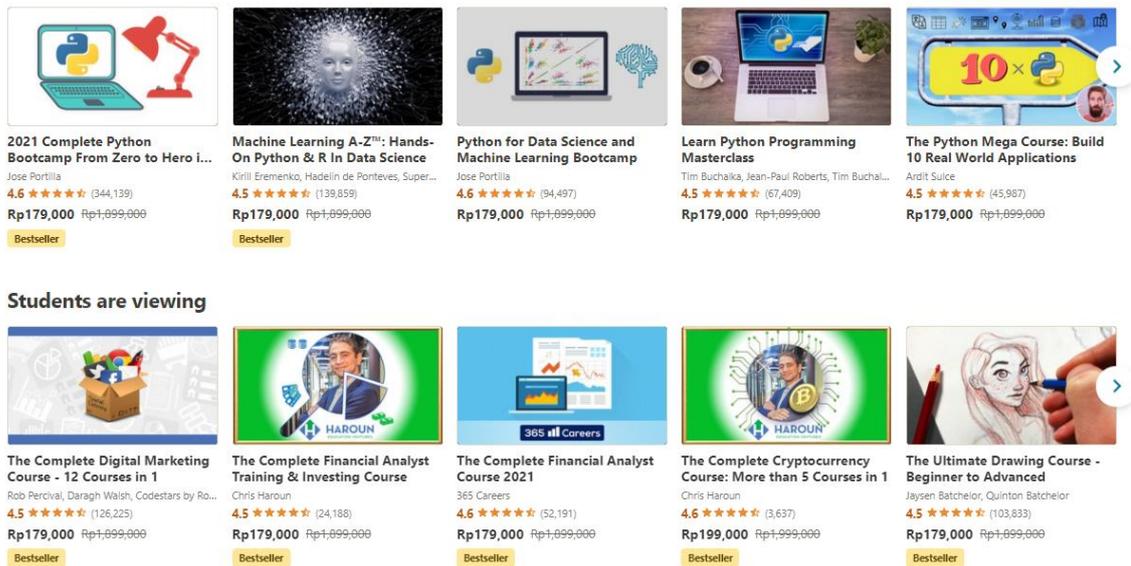
Dapat dilihat pada gambar 1.8 bahwa jumlah pengguna IndonesiaX kalah dibandingkan dengan Skill Academy. Jika kita lihat di titik terendah Skill Academy pada bulan Juli 2020, jumlah pengguna ada di angka 310 ribu. Sedangkan IndonesiaX pada bulan Juli 2020 hanya menyentuh angka 30 ribu.

Selain Skill Academy, terdapat juga pesaing yang datang dari luar yaitu Udemy dan Coursera. Udemy merupakan *marketplaceedutech* yang berasal dari Amerika Serikat. Secara total, ada 15 kategori edukasi yang dapat dipilih oleh para pengguna seperti *development*, bisnis, *IT & software*, *personal development*, desain, *marketing*, hingga fotografi (dailysocial.id, 2019).



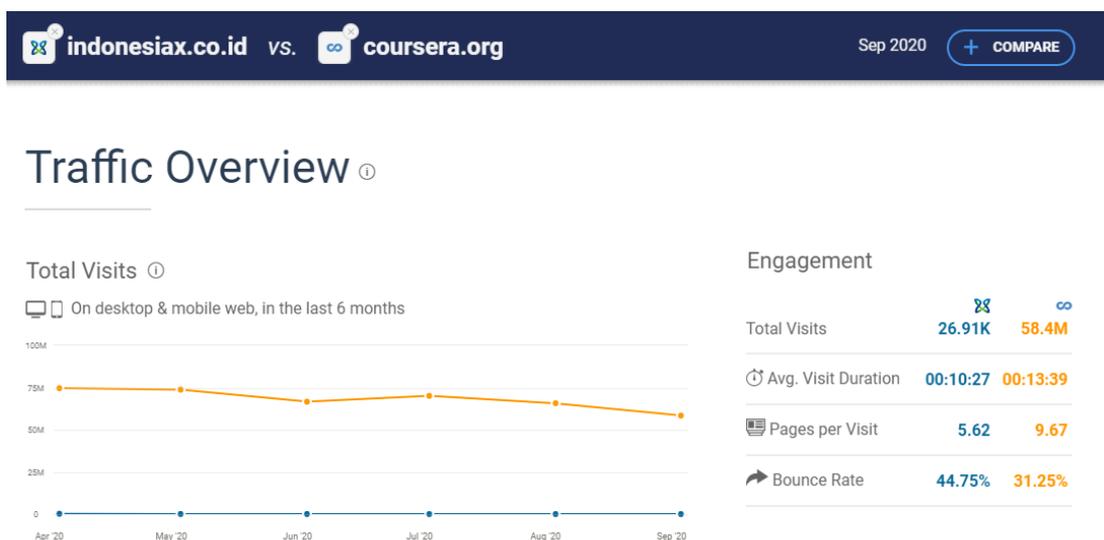
Gambar 1 . 9 Website Udemy

Eudemy juga merupakan platform belajar online yang berbayar mulai dari Rp 179,000. Namun ada juga penawaran seperi potongan harga yang diberikan oleh Udemy.



Gambar 1 . 10 Potongan Harga Eudemy

Pesaing dari luar lainnya yaitu Coursera. Coursera merupakan platform belajar online yang berdiri sejak tahun 2012 dan berasal dari Amerika. Coursera menawarkan kursus online di berbagai bidang minat yang semuanya 100 persen online dan dengan sertifikasi (medium.com, 2019).

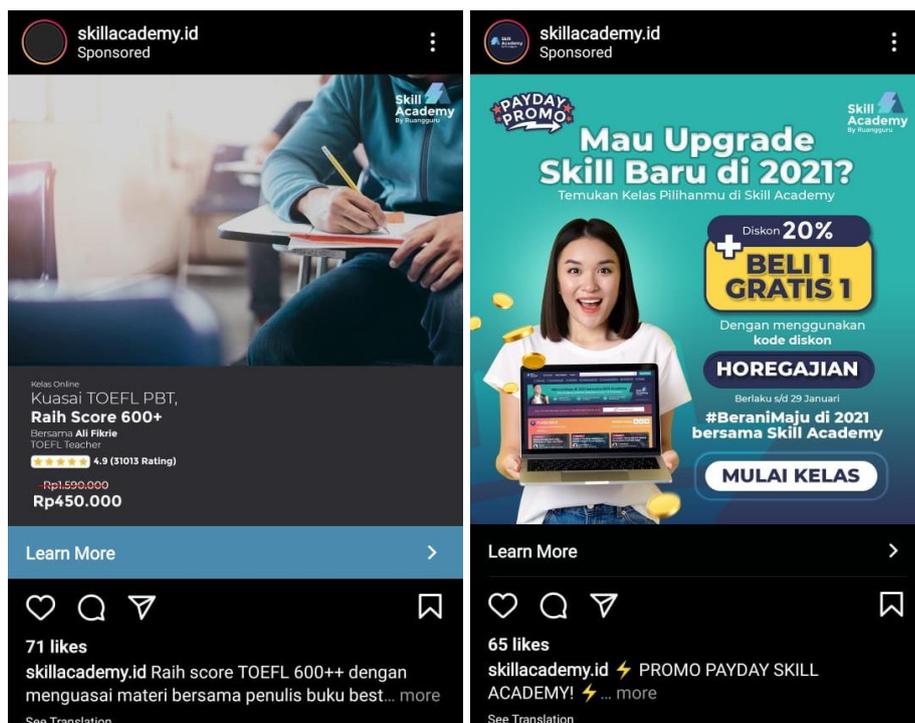


Sumber : similarweb.com

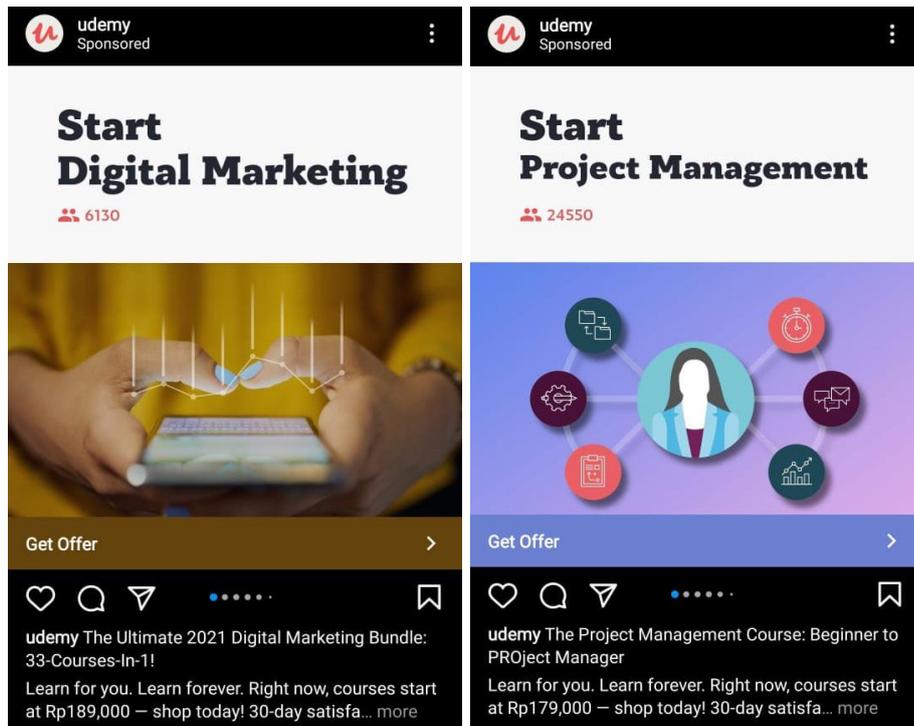
Gambar 1 . 11 IndonesiaX vs. Coursera Traffic Overview

Dari gambar 1.11 terlihat bahwa jumlah pengguna IndonesiaX juga kalah dibandingkan dengan Coursera. Jika kita lihat di titik terendah Coursera pada bulan September 2020, angka pengunjung menyentuh 58.4 juta sedangkan IndonesiaX hanya menyentuh 25 ribu.

Brand awareness merupakan salah satu hal yang penting. *Brand awareness* diartikan bagaimana konsumen mengasosiasikan suatu merek dengan produk tertentu yang ingin mereka miliki atau gunakan (Sasmita & Mohd, 2015). *Brand awareness* dapat diterima oleh konsumen melalui pemasaran yang efektif saluran komunikasi seperti televisi, telepon genggam dan iklan online (Aaker, 1996; Buil et al., 2013; Keller dan Lehmann, 2003; Rubio et al., 2014 dalam Sasmita & Mohd, 2015). Dalam hal ini, IndonesiaX kalah dibandingkan dengan Skill Academy dan Udemy yang melakukan pemasaran atau iklan melalui media sosial seperti instagram yang banyak digunakan oleh kalangan muda.



Gambar 1 . 12 Iklan Skill Academy pada Instagram



Gambar 1 . 13 Iklan Eudemy pada Instagram

Dari keterangan persaingan diatas, dapat dilihat bahwa pengguna website IndonesiaX kalah jauh dibandingkan dengan Skill Academy dan Coursera. Hal ini menimbulkan pertanyaan “Faktor apa saja yang menyebabkan seseorang mau untuk terus menggunakan website IndonesiaX?”. Maka dengan itu, penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan website belajar IndonesiaX berdasarkan faktor-faktor yang diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Di masa pandemi ini, banyak kebiasaan yang berubah dan tidak dapat berjalan seperti biasanya. Salah satunya kegiatan belajar mengajar yang saat ini lebih banyak dilakukan secara online. Karena itu, persaingan platform belajar online menjadi sangat ketat dengan tensi yang tinggi seiring permintaan yang semakin meningkat. Tidak hanya mereka yang masih duduk di bangku sekolah, namun juga sebagian dari para mahasiswa bahkan orang-orang yang sudah bekerja atau memiliki usaha sendiri membutuhkan platform belajar online untuk meningkatkan pengetahuan dan *skill* mereka.

Inovasi dalam mengembangkan platform belajar online harus terus dilakukan. Tidak lupa juga kualitas dari platform tersebut harus terus dikembangkan agar dapat mendorong kearah yang lebih maju. Salah satu platform belajar online di Indonesia saat ini yaitu IndonesiaX. Jumlah pengguna IndonesiaX dinyatakan kalah dibandingkan dengan platform belajar online lainnya seperti Skill Academy dan Udemy, berkaitan dengan *Behavioral Intention to Use*. Dengan ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *Behavioral Intention to Use*, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Attitude*.

Berdasarkan penjelasan diatas, rumusan hipotesis akan disusun berdasarkan pertanyaan penelitian yang ada di bawah ini. Berikut adalah pertanyaan penelitian penulis:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif pada *behavioral intention to use* IndonesiaX?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif pada *attitude* IndonesiaX?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif pada *perceived usefulness* IndonesiaX?

4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif pada *attitude* IndonesiaX?
5. Apakah *attitude* berpengaruh positif pada *behavioral intention to use* IndonesiaX?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan platform belajar online IndonesiaX di Indonesia. Tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* IndonesiaX.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude* IndonesiaX.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* IndonesiaX.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude* IndonesiaX.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *behavioral intention to use* IndonesiaX.

1.4 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude* serta pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention to Use*.
2. Responden pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang pernah atau masih menggunakan platform belajar online IndonesiaX dalam 3 bulan terakhir.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan adanya manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini diantaranya:

1.4.1 Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan masukan bagi masyarakat luas khususnya para akademisi tentang variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu Penelitian ini dibatasi hanya pada variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude* serta pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention to Use*.

1.4.2 Manfaat praktisi

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan platform belajar online. Dari faktor tersebut, dapat diteliti pula penyebab kalahnya jumlah pengguna IndonesiaX dibanding dengan beberapa platform belajar online lainnya.

1.4.3 Manfaat peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi wadah untuk belajar dan menambah ilmu pengetahuan tentang penyebab terjadinya suatu hal. Peneliti juga merasa penelitian ini dapat menambah pengalaman dan melatih kemampuan dalam melakukan riset dan menyusun sebuah penelitian.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang saling berhubungan dan menjelaskan secara runtut. Berikut merupakan uraian sistematika penulisan penelitian ini:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini mengawali penelitian dengan latar belakang yang menimbulkan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian ini. Berkembangnya teknologi yang semakin maju hingga pertumbuhan pengguna internet di Indonesia membuat perusahaan berbasis online harus menyeimbangkan kualitas mereka agar tidak jatuh dalam persaingan di dunia teknologi. Munculnya wabah covid-19 menjadi tantangan baru yang sangat mengancam jatuhnya perusahaan berbasis online. IndonesiaX, salah satu platform belajar online yang bergerak dalam dunia pendidikan pun harus berpacu dalam perkembangan teknologi saat ini.

Faktor-faktor tersebut yang menjelaskan pemilihan topik yang penulis gunakan untuk penelitian ini. Rumusan masalah dan pertanyaan dibuat berdasarkan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, dan *behavioral intention to use*. Terdapat juga tujuan, batasan juga manfaat dari penulisan penelitian ini.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini dijelaskan teori-teori yang penulis gunakan sebagai landasan penelitian ini. Definisi dari para ahli juga penulis gunakan untuk menjelaskan setiap variabel yang ada dalam penelitian ini, diantaranya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, dan juga *behavioral intention to use*. Penjelasan setiap hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini juga terpapar pada bab dua. Setiap teori yang penulis gunakan diperoleh melalui beberapa jurnal, buku, dan literatur yang telah penulis cantumkan.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ketiga membahas garis besar objek penelitian yang digunakan, prosedur penelitian, teknik pengumpulan data serta metode pengolahan data, dan juga teknik dalam menganalisa variabel dan hipotesis dalam penelitian ini.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Mulai dari profil responden hingga, analisa juga pembahasan hasil penelitian, dan diakhiri dengan implikasi manajerial bagi IndonesiaX dari hasil akhir penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : Kesimpulan & Saran

Bagian terakhir dalam penelitian ini memuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran terkait penelitian ini yang penulis berikan sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.