

**PENGARUH SIKAP, PERSEPSI MANFAAT, DAN *PSYCHOLOGY ATTACHMENT* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
TEKNOLOGI INTERNET:
(Survei Pegawai Pemerintah Kota Salatiga)**

Oleh :
Albert Kriestian N.A.N. dan Gustin Tanggulangan
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

ABSTRACT

This research tries to examine the effect of attitudes, perceived usefulness and psychological attachment on intention to use internet among Salatiga government officers from 18 task units. The sample size is 100 respondents who filled structured questionnaire. The results show that perceived ease of use, perceived usefulness and internalization do not significantly influence attitudes. Identification and compliance significantly influence attitudes. Perceived usefulness, identification and internalization significantly influence intention to use internet while attitudes and compliance do not significantly influence intention to use.

Keyword : attitude, perceived, intention

PENDAHULUAN

Penerapan *good corporate governance* mensyaratkan pemenuhan kebutuhan perangkat keras, perangkat lunak, dan kesiapan sumber daya yang memadai agar tujuan yang ditetapkan dapat diraih dengan baik. Dalam pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat dasawarsa ini membutuhkan kesiapan sumber daya manusia yang bersedia untuk menggunakan cara-cara baru dalam melakukan proses bisnis. Hal ini berlaku bagi lembaga bisnis, lembaga nir laba, termasuk juga lembaga pemerintah. Dalam konteks perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemerintah memiliki peluang untuk memanfaatkan teknologi tersebut untuk meningkatkan pelayanan publik dan akuntabilitas kegiatannya.

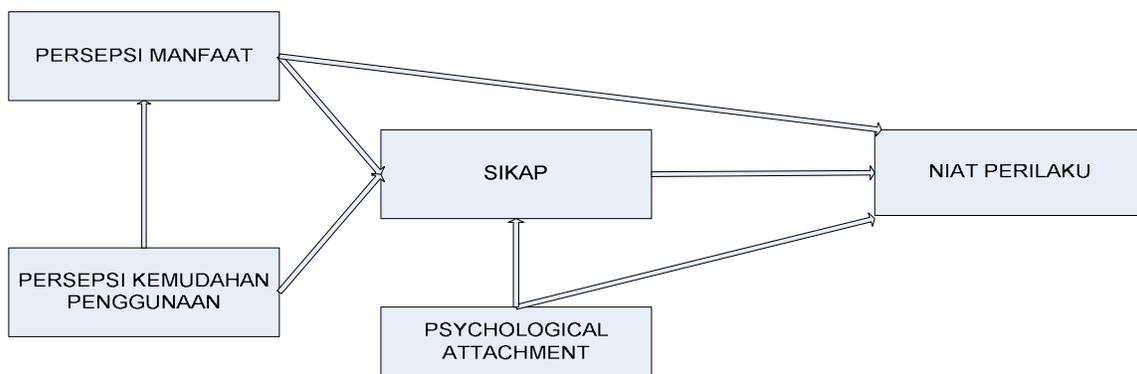
Penelitian ini bertujuan untuk mengupas tingkat penerimaan teknologi internet yang semakin pesat berkembang dan sudah menjadi tuntutan umum dalam aktifitas pekerjaan khususnya di lembaga pemerintah. Semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi internet di kalangan personil lembaga pemerintah, semakin tinggi kesiapan pemerintah untuk meningkatkan kualitas *good corporate governance*. Penerapan teknologi internet mendukung penerapan *e- government*. Huang & Bwoma dalam Huang (2007) menyebutkan *e- government* sebagai bentuk transformasi pelayanan dan proses sektor publik tradisional ke dalam bentuk elektronik dengan tingkat aksesibilitas dan interaksi yang lebih besar kepada masyarakat. *E-government* merubah cara kerja pemerintah dan berinteraksi dengan warga, pengusaha, pegawai dan pemerintah lain (Sahu & Gupta, 2007) dan bermanfaat untuk mendukung seluruh fungsi dalam lembaga pemerintah (Sharma dkk, 2007). Beberapa contoh aplikasi internet seperti *e-mail, chatting, discussion room, voice internet protocol (VoIP)* dan lain-lain dapat dimanfaatkan untuk pelayanan publik. Pemerintah dapat memberikan respon yang cepat atas berbagai kebutuhan masyarakat terkait informasi dan respon atas kebutuhan layanan

publik. Pemerintah juga dapat mengembangkan sistem keuangan dan akuntansi terintegrasi. Bentuk-bentuk dokumentasi aktifitas tanpa kertas (*paperless*) dapat dikombinasikan untuk melakukan efisiensi anggaran operasional. Oleh karena itu, untuk dapat merasakan manfaat tersebut dibutuhkan komitmen yang kuat setiap anggota lembaga pemerintah dan dukungan sumber daya untuk mewujudkannya. Batasan penelitian ini sesungguhnya lebih menekankan pada aspek kesiapan sumber daya manusia lembaga pemerintah dalam proses perwujudan *good corporate governance*.

Model dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *technology acceptance model* yang dikembangkan oleh Davis dan merupakan salah satu model perilaku penggunaan sistem informasi yang paling luas digunakan (McCoy dkk, 2007). Model ini mengaitkan antara keyakinan kognitif terhadap perilaku penggunaan sebuah teknologi. Subyek penelitian adalah pegawai pemerintah kota Salatiga yang tersebar ke berbagai unit pelayanan publik. Diharapkan melalui penelitian ini pelayanan publik yang semakin baik dapat meningkatkan citra positif pemerintah kota Salatiga.

TINJAUAN LITERATUR

Technology acceptance model (TAM) adalah model yang diterima luas dalam penelitian yang terkait dengan sistem informasi (Jones & Hubona, 2003). TAM merupakan model yang mengadaptasi basis *theory of reasoned action* yang dikembangkan oleh Fishbein and Ajzen's (Rao & Troshani, 2007). TAM sesungguhnya mengaitkan antara keyakinan kognitif dengan sikap dan perilaku individual terhadap penerimaan teknologi seperti internet. Keyakinan kognitif meliputi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, sementara sikap merupakan komponen afektif yang mendorong terjadinya niat perilaku dan perilaku. Gambar 1 berikut ini menunjukkan modifikasi model TAM yang diusulkan oleh Malhotra dan Galletta (1999).



Gambar 1 – *Technology Acceptance Model* dengan memasukkan pengaruh sosial
 Sumber: Modifikasi dari Malhotra and Galletta (1999)

Konstruk persepsi kemudahan penggunaan diartikan oleh Davis sebagai tingkat dimana seseorang yakin bahwa penggunaan sebuah sistem relatif tidak memerlukan usaha. (Heidjen, 2000; Hubona & Geitz, 1997; Kwon & Chidambaram, 2000; Malhotra & Galletta, 1999). Individu yang merasa bahwa sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka persepsi kemudahan penggunaan akan meningkat, demikian sebaliknya.

Selanjutnya, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Persepsi manfaat adalah tingkat sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jiang et al, 2000; Malhotra & Galletta, 1999). Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Secara langsung, persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi sikap atas penggunaan teknologi internet. Sikap merupakan penilaian umum individu terhadap keyakinan kognitif yang dibangun atas atribut-atribut yang melekat pada teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan keyakinan kognitif yang membentuk sikap. Ada pengaruh positif antara keyakinan kognitif dan sikap, artinya semakin positif keyakinan akan mendorong sikap yang positif terhadap internet. Hasil penelitian Eveleth dkk (2007); Gong & Xu (2004); Hubona & Geitz (1997); Malhotra & Galletta (1999) mendukung hipotesis bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh pada sikap. Hasil penelitian Eveleth dkk (2007); Gong & Xu (2004) dan Hubona & Geitz (1997) menunjukkan pengaruh persepsi manfaat signifikan pada sikap. Namun demikian hasil penelitian Malhotra & Galletta (1999) menunjukkan hasil yang berbeda dimana persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan pada sikap. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 1 dan hipotesis 2 dinyatakan sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan berpengaruh pada sikap terhadap teknologi internet.

H2: Persepsi manfaat secara signifikan berpengaruh pada sikap terhadap teknologi internet.

Perilaku individu akan didorong oleh motivasi untuk memperoleh sesuatu. Teori motivasi menyatakan bahwa perilaku individu akan didorong oleh motivasi internal dan eksternal (Kwon & Dhindambaram, 2000). Motivasi internal terkait dengan persepsi kemudahan penggunaan dan motivasi eksternal terkait dengan persepsi manfaat yang diperoleh. Ifinedo (2006) menyatakan perilaku penggunaan teknologi akan dipengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Dukungan teknologi yang memadai akan mendorong perbaikan kinerja individu, meningkatkan produktifitas dan kepuasan kerja yang pada gilirannya akan berpengaruh pada peningkatan daya saing dan profitabilitas pada level organisasi (Agarwal, 2004). Beberapa penelitian menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada niat menggunakan teknologi seperti Cazier et al (2007); Gong & Xu (2004); Lallmahood (2007); Malhotra & Galletta (1999); Ndubisi (2007); Simon & Paper (2007); Ramayah & Lo (2007) and Tung (2007). Namun demikian, hasil penelitian Bhatti (2007) menunjukkan pengaruh persepsi manfaat tidak signifikan pada niat. Sikap akan mempengaruhi niat penggunaan teknologi. Sikap memiliki fungsi instrumental yang memungkinkan seorang untuk memilih teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sikap positif terhadap teknologi internet berpengaruh positif terhadap niat penggunaan internet. Penelitian Eveleth dkk (2006); Gong & Xu (2004); Malhotra & Galletta (1999) dan Sahu & Gupta (2007) mendukung hipotesis sikap berpengaruh terhadap niat penggunaan internet. Hipotesis 3 dan hipotesis 4 adalah sebagai berikut:

H3: Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan teknologi

internet.

H4: Sikap terhadap teknologi internet secara signifikan berpengaruh pada niat menggunakan teknologi internet.

Argawal (2004) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku penerimaan teknologi adalah pengaruh sosial (*social influence*) atau lebih spesifik disebut dengan *psychological attachment* (Malhotra & Galletta, 1999). Kelman memaparkan ada tiga proses perubahan niat perilaku yaitu *compliance*, *identification*, dan *internalization* (Malhotra & Galletta, 1999). *Compliance* mengacu pada situasi dimana individu mengubah sikap dan perilakunya karena memiliki ekspektasi untuk memperoleh imbalan atau menghindari sanksi. *Identification* terjadi ketika individu menerima pengaruh karena ingin memelihara hubungan pribadi dengan orang lain atau kelompok. *Internalization* adalah tingkat ideal dimana individu melakukan penerimaan pengaruh lalu merubah sikap dan perilaku berdasarkan kesadaran bahwa nilai-nilai individu sejalan dengan pengaruh yang diterima. Oleh karena itu, pada tingkat *internalization*, perubahan akan bersifat jangka panjang dibandingkan pada tingkat *compliance*. Oleh karena itu, *psychological commitment* akan mempengaruhi sikap, dan niat perilaku. Hipotesis 5 dan hipotesis 6 dinyatakan sebagai berikut:

H5: *Psychological attachment* secara signifikan berpengaruh pada sikap terhadap teknologi internet.

H6: *Psychological attachment* secara signifikan berpengaruh pada niat menggunakan teknologi internet.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah pegawai pemerintah kota Salatiga. Sampel yang dipilih menjadi responden adalah pegawai pemerintah kota Salatiga dari 18 Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPP) di pemerintah kota Salatiga (Lampiran 1).

Desain sampel

Metode pengambilan sample adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dimana subyek penelitian adalah karyawan pemerintah kota yang telah menggunakan internet paling tidak satu kali. Jumlah sampel adalah 100 responden dan memenuhi jumlah minimum jumlah sample untuk analisis faktor (Hair et al, 2006).

Desain Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey dengan menggunakan instrument kuesioner yang disebar ke seluruh responden dengan metode *drop-off/pick-up method*. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 250 kuesioner dan dikembalikan oleh responden sebanyak 117 kuesioner dengan tingkat respon pengisian kuesioner sebesar 47%. Selanjutnya, jumlah kuesioner yang dapat diolah lebih lanjut sebanyak 100 kuesioner (Tabel 1). Pengumpulan data dilakukan dalam periode bulan November 2007 – Februari 2008.

Tabel 1 – Karakteristik Kuesioner

Item	Jumlah
Kuesioner disebar	250
Kuesioner terkumpul	117
Kuesioner tidak lengkap	17
Kuesioner dapat diolah lebih lanjut	100

Sumber: Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Instrumen Penelitian

Untuk menangkap makna dari konstruk yang digunakan dalam penelitian, maka perlu didesain indikator-indikator untuk tiap konstruk. Konstruk yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap, *psychology attachment*, dan niat penggunaan. Indikator yang digunakan mengadopsi instrument yang digunakan dalam penelitian Brown (2002), Heidjen (2000), Ifinedo (2006) dan Malhotra & Galletta (1999). **Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)**. Empat indikator yang digunakan Brown (2002) merefleksikan konstruk persepsi kemudahan penggunaan, meliputi: mudah digunakan, mudah dipelajari, mudah dioperasikan dan mudah dikuasai.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Indikator persepsi manfaat yang digunakan dalam penelitian Ifinedo (2006) meliputi tingkat manfaat dalam pekerjaan, tingkat memperbaiki kinerja pekerjaan dan tingkat kemampuan internet membuat pekerjaan lebih mudah. **Sikap terhadap penggunaan (*Attitudes toward using*)**. Indikator sikap terhadap penggunaan dalam penelitian ini mengadopsi indikator yang digunakan oleh Malhotra & Galletta (1999). Ada empat pasang respon terhadap ide penggunaan internet bagi individu, yaitu bijaksana-bodoh; negative-positif; berbahaya-bermanfaat dan baik-buruk. Respon tiap responden dinyatakan dalam ruang semantic yang tersedia. **Niat penggunaan (*Intention to use*)**. Indikator niat penggunaan menggunakan modifikasi instrumen yang digunakan oleh Malhotra & Galletta (1999), meliputi niat menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan pihak lain, niat untuk sering menggunakan internet dalam pekerjaan, niat menggunakan internet dalam bekerja dan niat menggunakan internet untuk diskusi. **Psychological attachment**. Perubahan sikap dan perilaku individu akan dipengaruhi oleh proses individu mengolah stimuli eksternal yang disebut dengan pengaruh sosial (*social influence*) atau lebih spesifik disebut dengan *psychological attachment* (Malhotra & Galletta (1999). Ada tiga tipe proses yang dimiliki individu yaitu *internalization*, *identification* dan *compliance*. *Internalization* dan *identification* diukur melalui tiga indikator dan *compliance* ditunjukkan melalui empat indikator.

ANALISIS DATA

Analisis data dimulai dengan deskripsi tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan lama bekerja. Selanjutnya data akan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk menghasilkan data yang baik untuk diolah dalam uji hipotesis.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan jenis kelamin, responden terbagi atas 54 laki-laki dan 47 perempuan. Persentase responden terbesar pada kategori usia 39 tahun sampai di bawah 48 tahun (32%) dan terkecil pada kategori usia 48 tahun sampai di bawah 57 tahun (12%). Berdasarkan lama bekerja responden paling banyak pada kategori lama bekerja 1 tahun sampai di bawah 9 tahun (50%) dan paling sedikit pada kategori lama bekerja 27 tahun sampai di bawah 36 tahun (2%).

Table 1 – Statistik Deskriptif

Kategori	Sub Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki	53	53
	Female	47	47
Usia	21 tahun - <30 tahun	25	25
	30 tahun - < 39 tahun	31	31
	39 tahun- <48 tahun	32	32
	48 tahun - < 57 tahun	12	12
Lama Bekerja	1 tahun - < 9 tahun	50	50
	9 tahun - < 18 tahun	27	27
	18 tahun - < 27 tahun	21	21
	27 tahun - <36 tahun	2	2

Sumber: Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh konstruk yang relevan dalam model TAM harus melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yang digunakan adalah validitas konstruk dan validitas diskriminan. Untuk melakukan uji tersebut akan memanfaatkan analisis faktor. Setelah melakukan uji validitas, seluruh indikator valid akan melalui uji reliabilitas dengan syarat lolos jika indikator memiliki nilai Cronbach alpha minimum 0,6. Nilai reliabilitas konstruk adalah sebagai berikut:

Tabel 3 – Uji Reliabilitas Konstruk

Konstruk	Cronbach's Alpha
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.914
Persepsi Manfaat	0.922
Sikap	0.628
Niat Penggunaan	0.669
Internalisasi	0.720
Identifikasi	0.824
Kerelaan	0.848

Sumber: Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Berdasarkan hasil olah data diperoleh seluruh konstruk memenuhi syarat minimum nilai Cronbach alpha 0,6. Oleh karena itu, seluruh konstruk dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya.

Uji Hipotesis

Enam hipotesis akan diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hipotesis nol akan diterima jika memenuhi syarat t hitung lebih kecil ± 1.96 atau nilai probabilitas > 0.05 dan sebaliknya untuk hipotesis alternatif. Hasil analisis regresi untuk prediksi sikap disajikan dalam Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 – Analisis Regresi untuk Prediktor Sikap

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.947	1.276		7.010	.000		
	PEOU	.065	.063	.120	1.022	.309	.630	1.588
	PUSE	.058	.066	.108	.872	.386	.565	1.770
	NAL	-.163	.111	-.182	-1.473	.144	.570	1.756
	IDEN	.242	.095	.311	2.541	.013	.578	1.731
	COM	-.125	.047	-.252	-2.658	.009	.963	1.039

a. Dependent Variable: ATT

Sumber : Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Tabel 4 menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel independen yang mempengaruhi sikap, tampak bahwa dua elemen *psychological attachment* yang berpengaruh signifikan pada niat yaitu *identification* dan *compliance*. Kedua variabel tersebut memiliki nilai t hitung lebih besar dari ± 1.96 atau nilai probabilitas kurang dari 0.05. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan *internalization* tidak berpengaruh secara signifikan pada sikap. Dengan demikian hasil penelitian menunjukkan penolakan atas hipotesis 1 yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan pada sikap dan hipotesis 2 yaitu persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada sikap. Penolakan hipotesis 5 hanya terjadi pada salah satu komponen *psychological attachment* yaitu *internalization* yang tidak berpengaruh signifikan pada sikap. Sementara itu, hasil analisis untuk prediksi niat disajikan dalam Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5 – Analisis Regresi untuk Prediktor Niat Penggunaan Internet

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.874	1.421		2.022	.046		
	PUSE	.133	.060	.212	2.230	.028	.717	1.394
	ATT	.051	.105	.043	.488	.626	.822	1.216
	NAL	.248	.114	.235	2.176	.032	.558	1.792
	IDEN	.275	.098	.301	2.798	.006	.561	1.782
	COM	-.014	.050	-.024	-.276	.783	.895	1.117

a. Dependent Variable: INT

Sumber : Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Berdasarkan Tabel 5, variabel independen yang berpengaruh signifikan pada niat adalah persepsi manfaat, *internalization* dan *identification*. Sementara itu, sikap dan *compliance* tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Oleh karena itu hipotesis 3 yaitu persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet diterima. Hipotesis 4 ditolak karena sikap tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Penolakan hipotesis 6 terjadi pada elemen *compliance* yang tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet, sedangkan *internalization* dan *identification* berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Kemampuan prediksi niat penggunaan internet oleh variabel independen (persepsi manfaat, sikap dan *psychological attachment*) secara bersama-sama adalah sebesar 35,7% dan selebihnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Tabel 6 – Ringkasan Model

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.389	.357	1.874

a. Predictors: (Constant), COM, PUSE, ATT, IDEN, NAL

Sumber : Hasil olah SPSS versi 13.00 (2008)

Diskusi

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan pada sikap. Hal-hal yang terkait dengan cakupan kerja dan ketersediaan fasilitas akan mempengaruhi kuat lemahnya pengaruh keyakinan kognitif tersebut pada sikap. Responden yang tidak memiliki deskripsi tugas yang mensyaratkan penggunaan internet tidak dapat membentuk sikap dari keyakinan kognitifnya. Umumnya pegawai menggunakan komputer untuk pekerjaan yang sifatnya lebih administratif dan aplikasi yang digunakan didominasi oleh pengolah kata (MS-Word) dan *spreadsheet* (MS-Excel). Terkait dengan ketersediaan fasilitas, tidak semua instansi memiliki fasilitas internet, baik melalui koneksi kabel atau nir kabel (*hot spot*). Hal ini menyebabkan responden kurang dapat mempersepsi kemudahan penggunaan dan manfaat internet dan membentuk sikap dari hal-hal tersebut.

Dari tiga elemen *psychological attachment*, dua elemen yaitu *identification* dan *compliance* berpengaruh signifikan pada sikap. *Identification* terjadi ketika individu ingin memelihara hubungan pribadi dengan orang lain atau kelompok. Dalam birokrasi organisasi, terdapat hirarki kepemimpinan yang mengatur hubungan antar atasan dan bawahan. Pegawai akan cenderung ingin menjaga hubungan baik dengan atasan atau rekan sekerjanya. Jika atasan dan rekan sekerjanya memiliki sikap tertentu terhadap penggunaan internet maka orang tersebut akan cenderung memiliki sikap yang sama. Hal ini semata-mata untuk menjaga hubungan baik dengan atasan dan rekan sekerjanya. Namun demikian, semakin individu merasa dipaksa untuk berperilaku tertentu yaitu

melakukan sesuatu karena semata-mata ingin menghindari sanksi maka individu akan memiliki sikap negatif terhadap penggunaan internet.

Internalization tidak berpengaruh signifikan pada sikap. Individu yang memiliki nilai yang sejalan dengan pengaruh yang diterima dari lingkungan belum tentu akan merubah sikapnya terhadap penggunaan internet. Misal, individu dan lingkungan organisasi yang menganggap bahwa internet akan bermanfaat dalam peningkatan kinerja akan memiliki sikap negatif terhadap penggunaan internet ketika kondisi infrastruktur di lingkungan organisasi minim: jumlah komputer terbatas, koneksi yang lambat, dan/atau server yang sering *down*.

Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan pada niat penggunaan internet, sebaliknya pengaruh yang tidak signifikan terjadi pada hubungan sikap dan niat penggunaan internet. Motivasi individu berperilaku adalah karena ingin memperoleh manfaat. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan internet adalah peningkatan kinerja dan akses informasi yang luas. Meskipun demikian, sikap positif terhadap penggunaan internet belum tentu meningkatkan niat penggunaan internet. Masalah infrastruktur dapat menjadi faktor penghambat misal keterbatasan fasilitas komputer, koneksi dan/atau server yang sering *down*.

Identification dan *internalization* berpengaruh positif signifikan pada niat penggunaan internet. Berdasarkan nilai beta standar, terlihat pengaruh *identification* lebih besar pada niat daripada *internalization*. Hal ini terjadi ketika individu ingin memelihara hubungan baik dengan atasan atau rekan sekerjanya. Misalkan, ketika atasan meminta pegawai untuk menggunakan alamat e-mail institusi dalam korespondensi dengan pihak internal dan eksternal organisasi, maka pegawai akan berniat menggunakan alamat e-mail tersebut. Selain itu, atasan yang menginginkan kecepatan dalam pengiriman dokumen menghimbau pengiriman dokumen melalui *attachment* via e-mail. Pegawai akan berniat menggunakan internet untuk keperluan tersebut. Pengaruh *internalization* terlihat ketika nilai individu sesuai dengan pengaruh yang diterima. Individu yang memegang nilai untuk selalu memperbaiki diri dan memberikan yang terbaik, akan memiliki niat penggunaan internet yang semakin tinggi karena media tersebut akan menolong individu memenuhi nilai yang dianut.

Compliance tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Hal ini dapat terjadi ketika belum ada mekanisme *reward-punishment* yang terstruktur yang jelas dalam hal penggunaan internet. Terlebih penting juga menyangkut implementasi mekanisme tersebut. Ketiadaan dorongan sistematis untuk meningkatkan niat penggunaan internet menyebabkan *compliance* tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet.

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan pada sikap terhadap penggunaan internet. Hal-hal yang terkait dengan cakupan kerja dan ketersediaan fasilitas mempengaruhi kuat lemahnya pengaruh keyakinan kognitif tersebut pada sikap. *Identification* dan *Compliance* berpengaruh signifikan pada sikap, sementara *internalization* tidak berpengaruh signifikan pada sikap. Ketika atasan dan rekan kerja bersikap positif terhadap penggunaan internet, responden cenderung memiliki sikap yang sama semata-mata karena ingin menjaga hubungan dengan atasan dan rekan kerja.

Namun demikian, individu yang merasa dipaksa melakukan sesuatu karena semata-mata ingin menghindari sanksi maka individu akan memiliki sikap negatif terhadap penggunaan internet. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Motivasi individu berperilaku adalah karena ingin memperoleh manfaat. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan internet akan berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Meskipun demikian, sikap positif terhadap penggunaan internet tidak selalu meningkatkan niat penggunaan internet. Masalah infrastruktur dapat menjadi faktor penghambat misal keterbatasan fasilitas komputer, koneksi dan/atau server yang sering *down*. *Identification* dan *internalization* berpengaruh positif signifikan pada niat penggunaan internet. Pengaruh *identification* terlihat ketika individu ingin memelihara hubungan baik dengan atasan atau rekan sekerjanya. *Internalization* nyata berpengaruh pada niat ketika nilai individu sesuai dengan pengaruh yang diterima dan *Compliance* tidak berpengaruh signifikan pada niat penggunaan internet. Hal ini terjadi ketika mekanisme *reward-punishment* yang terstruktur dan jelas dalam hal penggunaan internet belum tersedia.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dalam pemilihan sampel, sehingga tidak dapat melakukan generalisasi hasil untuk keseluruhan pegawai pemerintah kota Salatiga. Disamping itu, jumlah sampel yang digunakan hanya 100 responden yang merupakan jumlah minimal untuk analisis faktor. Disamping itu, peneliti tidak dapat mendampingi responden dalam mengisi kuesioner yang memungkinkan interpretasi subyektif responden dalam memahami item pertanyaan dalam kuesioner.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan niat penggunaan internet di kalangan pegawai pemerintah kota Salatiga adalah dengan meningkatkan persepsi manfaat internet untuk kepentingan menyelesaikan tugas di kantor. Sosialisasi dan pelatihan teratur untuk fitur-fitur internet yang umum digunakan seperti e-mail, *chatting* dan *browsing* dapat diberikan. Selain itu, perlu diupayakan agar menggunakan internet menjadi kebiasaan bersama. Sebagai langkah awal, pimpinan instansi dapat memulainya dengan kebijakan setiap pegawai memiliki alamat e-mail instansi. Bentuk lain kebijakan misalnya pemberitahuan slip gaji melalui internet, Namun demikian perlu ditingkatkan kesadaran pribadi agar nilai yang dianut pegawai sejalan dengan imbauan pimpinan instansi untuk menggalakkan penggunaan internet. Masalah infrastruktur sangat penting untuk diperhatikan. Ketersediaan fasilitas akses internet dengan kapasitas dan kestabilan akses yang memadai sangat dibutuhkan untuk mendukung penggunaan internet di kalangan pemerintah kota Salatiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, Ritu. (2004). "Individual Acceptance on Information Technologies," www.c4ads.seas.gwu.edu/classes/CSci285_Fall_2004/readings/9/required/Agarwal_02.pdf. Accessed February 11th, 2006.
- Bhatti, Tariq. (2007). "Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce," *Journal of Internet Banking*, Vol.12, No.3, pp.1-13.

- Brown, Irwin T.J. (2002). "Individual and Technological Factors Affecting Perceived Use of Web-based Learning Technologies in a Developing Country," *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, <http://www.ejisd.org>. Accessed February 11th, 2006.
- Cazier, Joseph A.; E. Vance Wilson & B. Dawn Medlin. (2007). "The Role of Privacy Risk in IT Acceptance: An Empirical Study," *International Journal of Information Security and Privacy*, Vol.1, Issue 2, pp.61-73.
- Eveleth, Lori Baker; Daniel M. Eveleth; Michele O'Neill & Robert W. Stone. (2006). "Enabling Laptop Exams Using Secure Software: Applying the Technology Acceptance Model," *Journal of Information System Education*, Vol.17, No.4, pp.413-420.
- Gong, Min & Yap Xu. (2004). "An Enhanced Technology Acceptance Model for Web-Based Learning," *Journal of Information Systems Education*, Vol.15, No.4, pp.365-374.
- Hair, Joseph F., Jr., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson & Ronald L. Tatham. (2006). *Multivariate Data Analysis with Reading*, 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Inc.
- Heijden, Hans van der. (2000). "Using the Technology Acceptance Model to Predict Website Usage: Extension and Empirical Test," *Serie Research Memoranda*, <http://dare.uvu.vu.nl/bitsream/1871/1579/1/20000025.pdf>. Accessed February 11th, 2006.
- Huang, Zhenyu. (2007). "A comprehensive analysis of US Counties e-government portals: development status and functionalities," *European Journal of Information System*, Vol.16, pp.149-164.
- Hubona, Geoffrey S. & Sarah Geitz. (1997). "External Variables, Beliefs, Attitudes and Information Technology Usage Behavior," *IEEE Computer Society*.
- Ifinedo, Princerly. (2006). "Acceptance and Continuance Intention of Web-Based-Learning Technologies (WLT) Use Among University Students in A Baltic Country," *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, <http://www.ejisd.org>. Accessed February 11th, 2006.
- Jiang, James J., Maxwell K. Hsu, Gary Klein and Binshan Lin. (2000). "E-commerce user behavior model: an empirical study," *Human Systems Management*, Vol.19, pp.265-276, road.uww.edu/road/hsum/XiamenReadings2005/3.HSM_SEM.TAM_2000.pdf. Accessed February 11th, 2006.
- Jones, Andrew Burton & Geoffrey S. Hubona. (2003). "The Mediation of External Variables in the Technology Acceptance Model," *Working Paper*, Department of Computer Information Systems, Georgia State University, mis.sauder.ubc.ca/members/burton-jones/PDFs/ABJ-GH-03.pdf. Accessed February 11th, 2006.
- Kwon, Hyosum Stella & Laku Chidambaram. (2000). "A Test of the Technology Acceptance Model," csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2000/0493/ accessed 11/02/006.
- Malhotra, Yogesh & Dennis F. Galletta. (1999). "Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation," www.brint.org/technologyacceptance.pdf. accessed 11/02/2006

- McCoy, Scott; Dennis F. Galletta & William R. King. (2007). "Applying TAM across cultures: the need for caution," *European Journal of Information System*, Vol.16, pp.81-90.
- Lallmahamood, Muniruddeen. (2007). "An Examination of Individuals' Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using A Extension of the Technology Acceptance Model," *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol.12, No.3, pp.1-26.
- Ndubisi, Nelson Oly. (2007). "Customers' perceptions and intention to adopt internet banking: the moderation effect of computer self-efficacy," *AI and Soc*, Vol.21, pp.315-327.
- Ramayah, T. & May-Chiun Lo. (2007). "Impact of Shared Beliefs on "Perceived Usefulness" and "Ease of Use" in the Implementation of an Enterprise Resource Planning System," *Management Research News*, Vol.30, No.6, pp.420-431.
- Rao, Sally & Indrit Troshani.(2007). "A Conceptual Framework and Propositions for the Acceptance of Mobile Services," *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce*, Vol.2, Issue 2, pp.61-73
- Sahu, G.P. & M.P. Gupta. (2007). "Users' Acceptance of E-Government: A Study of Indian Central Excise," *International Journal of Electronic Government Research*, Vol.3, No.3, pp.1-21.
- Sharma, Dilip K.; Gopaji Varshneya & Ashwani K. Upadhyay.(2007). "AJAX in Development of Web-Based Architecture for Implementation of E-Governance," *International Journal of Electronic Government Research*, Vol.3, Issue 3, pp.40-53.
- Simon, Steven John & David Paper. (2007). "User Acceptance of Voice Recognition Technology: An Empirical Extension of the Technology Acceptance Model," *Journal of Organizational and End User Computing*, Vol.19, No.1, pp.24-50.
- Tung, Feng-Cheng. (2007). "Using the E-CRM Information System in the Hi-Tech Industry: Predicting Salesperson Intentions," *Journal of American Academy of Business*, Vol.11, No.2, pp.131-136.

