

Kata Kunci : *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Behavioral intention, Use behavior, Human Behavior*, aplikasi baru

ABSTRAK

Persaingan bisnis telekomunikasi di Indonesia saat ini, tidak hanya persaingan dengan perusahaan telekomunikasi di dalam negeri, namun juga telah bersaing dengan perusahaan global multi nasional. Dampak dari persaingan yang dirasakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) adalah turunnya pendapatan dari sektor telepon tetap. Dalam mengantisipasi penurunan pendapatan dibidang telepon tetap ini, Telkom menetapkan strategi perusahaan untuk menahan laju penurunan layanan telepon tetap, dengan mengalihkan telepon tetap sebagai jaringan akses *broadband*. Penambahan jumlah pelanggan menjadi kunci dari pertumbuhan pendapatan. Untuk itu Telkom berinvestasi dalam berbagai area untuk mendukung terjadinya pertumbuhan jumlah pelanggan. Salah satunya adalah dengan mengadopsi teknologi informasi baru dalam proses pelayanan pelanggan Speedy dengan mengembangkan aplikasi Star Click.

Penelitian ini ditujukan untuk menguji tingkat persepsi pengguna aplikasi Star Klik untuk aktivasi layanan Speedy, yang menggunakan fitur *Geographic Information System (GIS)*, terhadap variabel *behavioral intention* dan *use behavior*, dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* (Venkatesh, 2003) yang dilakukan di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner survey kepada seluruh populasi pengguna aplikasi Star Click modul Sales, yaitu sebanyak 289 responden. Pengujian hasil penelitian menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan alat bantu perhitungan statistik menggunakan aplikasi SmartPLS ver 2.0 M3.

Dari total 255 responden yang menjawab pernah menggunakan aplikasi, terdapat 70 orang (27,45%) pengguna menyatakan baru menggunakan aplikasi kurang dari 1 bulan. Sedangkan 99 orang (38,82%) baru menggunakan aplikasi antara 1-3 bulan. Nilai *R square* yang didapat sebesar 0.606978 untuk *behavioral intention* dan 0.531538 untuk *use behavior*. Sedangkan nilai tertinggi yang paling mempengaruhi *behavioral intention* didapat dari variabel *performance expectancy*, dengan nilai *original sample estimate* sebesar 0,542, sedangkan variabel yang mempengaruhi *use behavior* terbesar didapat dari *facilitating conditions* yaitu sebesar 0,481.

Berdasarkan data yang dihasilkan ini, menunjukkan bahwa Star Click adalah aplikasi yang relatif baru bagi para responden. Hal ini sejalan dengan tujuan model UTAUT yang digunakan untuk meneliti tingkat penerimaan pengguna untuk aplikasi atau teknologi informasi yang baru. Model penelitian ini juga membuktikan bahwa konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* mempengaruhi variabel *behavioral intention* sebesar 60.70 %. *Facilitating conditions* mempengaruhi variabel *use behavior* sebesar 53,15%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Nilai *R Square* yang didapat membuktikan bahwa model UTAUT dapat digunakan sebagai model pengukuran *behavioral intention* dan *use behavior* terhadap penggunaan aplikasi Star Click. Dengan demikian, model ini juga dapat digunakan sebagai model pengujian untuk aplikasi lain yang ada di Telkom.