

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Obek Penelitian ALODOKTER



**Gambar 1. 1 Logo Alodokter**

*Sumber : Alodokter.com*

Alodokter adalah perusahaan kesehatan digital nomor satu di Indonesia dengan lebih dari 18 juta pengguna aktif setiap bulannya. Kehadiran Alodokter di Indonesia sejak 2014 lalu telah mengubah poros layanan kesehatan Indonesia secara signifikan dalam penyediaan informasi medis yang mudah dipahami, akurat, dan dapat diakses oleh siapa saja. Semua informasi disusun oleh tim dokter dalam bahasa Indonesia.

Sebagai perusahaan dengan pertumbuhan tercepat se-Asia Tenggara, layanan medis Alodokter terintegrasi secara lengkap untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat Indonesia: konten kesehatan terkini, chat bersama dokter, online booking platform untuk konsultasi dengan dokter dan/atau mencari rumah sakit pilihan, dan platform yang didedikasikan khusus untuk para dokter Indonesia guna meningkatkan kualitas layanan terbaik.

Seluruh layanan Alodokter tersedia dalam versi web dan mobile app dengan respon layanan cepat, serta dukungan dokter umum maupun spesialis berpengalaman yang tersebar di seluruh Indonesia. Alodokter membantu masyarakat Indonesia dalam membuat keputusan terbaik terkait kesehatan diri dan keluarga tercinta. (*Alodokter.com*)

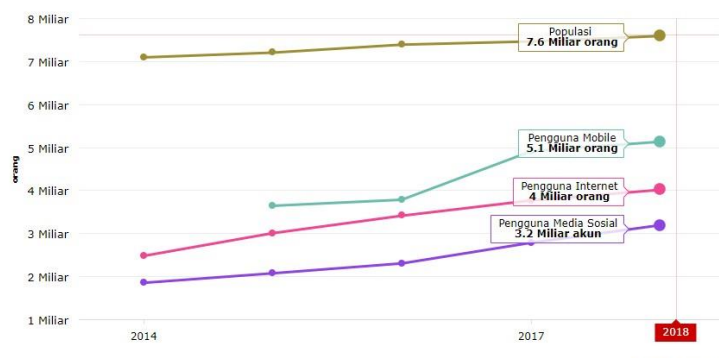
Alodokter memiliki 5 fitur utama yaitu :

1. Chat bersama Dokter.
2. Buat janji dengan Dokter dan Rumah Sakit di seluruh Indonesia.
3. Ribuan artikel kesehatan yang disusun oleh Dokter berpengalaman.
4. Daftar penyakit dan obat terkini, terupdate.
5. Layanan rekam medis. (*Alodokter.com*)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Internet dan teknologi kini telah menjadi tren dikalangan masyarakat dunia. Dalam lima tahun terakhir jumlah pengguna internet di dunia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Data We Are Social dan Hootsuite mencatat penduduk bumi yang telah terkoneksi dengan internet pada 2018 mencapai empat miliar dibanding posisi 2014 baru mencapai 2,4 miliar orang. Angka tersebut menunjukkan tingkat penetrasi internet telah mencapai 52,96% dari total populasi dunia yang mencapai 7,59 miliar jiwa. Pada 2014, penetrasi internet global baru mencapai 35% dari total populasi. Adapun rata-rata penggunaan internet setiap tahunnya rata-rata mencapai 11%, dengan pertumbuhan tertinggi tercatat sebesar 21,2% menjadi 3 miliar jiwa pada 2015 dari tahun sebelumnya 2,4 miliar jiwa. ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) 2018)

Jumlah Pengguna Internet, Media Sosial, Mobile dan Populasi Dunia (2014-2018)



**Gambar 1. 2 Jumlah Pertumbuhan Pengguna Internet**

*Sumber : databoks.katadata.co.id*

Begitupun di Indonesia. Berdasarkan data dari internetworldstats.com Indonesia sendiri menempati peringkat kelima daftar negara pengguna internet terbanyak di dunia pada tahun 2017, sebanyak 143,260,000 jiwa penduduk Indonesia adalah pengguna internet atau sebanyak 53.7% dari total populasi penduduk sekitar 266,794,980 jiwa. (kamusdata.com 2018) Berikut daftar 5 Negara dengan pengguna internet terbanyak.

**Tabel 1. 1 Negara Denga Pengguna Internet Terbanyak**

No	Negara	Jumlah populasi	Jumlah User
1	China	1,415,045,928	772,000,000
2	India	1,354,051,854	452,124,989
3	United States	326,766,748	312,322,257
4	Brazil	210,867,954	149,057,635
5	Indonesia	266,794,980	143,260,000

*Sumber : kamusdata.com*

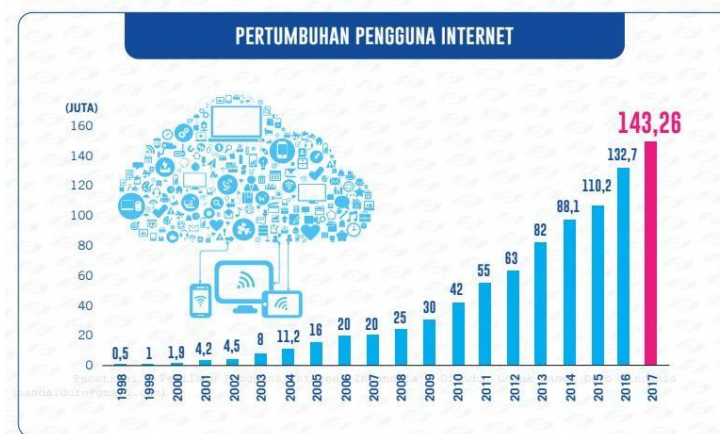
Berdasarkan survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (APJII) Penetrasi pengguna Internet di dindonesia pada tahun 2017 adalah sebesar 54,68% yang berarti dari total jumlah penduduk Indonesia populasi penduduk Indonesia yang mencapai 262 juta jiwa sebesar 143,26 juta jiwa sebagai pengguna internet aktif. (Apjii.or.id 2017)



**Gambar 1. 3 Penetrasi Pengguna Internet**

*Sumber : Apjii.or.id/survey*

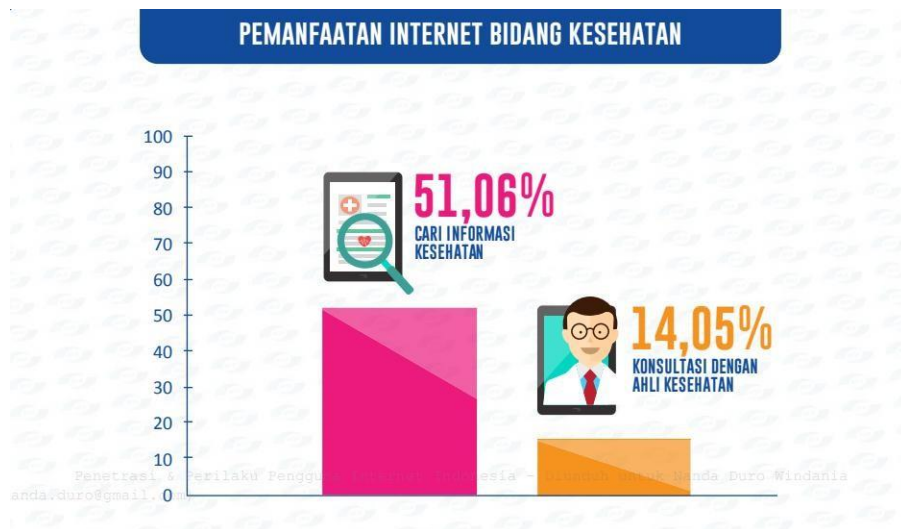
Penetrasi pengguna internet Indonesia pada tahun 2017 ini mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya dimana pada tahun 2014 pengguna internet aktif hanya berjumlah sebanyak 88,1 juta jiwa, pada tahun 2015 pengguna internet aktif Indonesia berjumlah 110,2 juta jiwa dan pada tahun 2016 naik menjadi sebesar 132,2 juta jiwa hingga pada tahun 2017 jumlah pengguna internet aktif Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa hal ini dilihat dari survey yang masih dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Penetrasi pengguna Internet di Indonesia (APJII) pada tahun 2017 (Apjii.or.id 2017)



**Gambar 1. 4 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia**

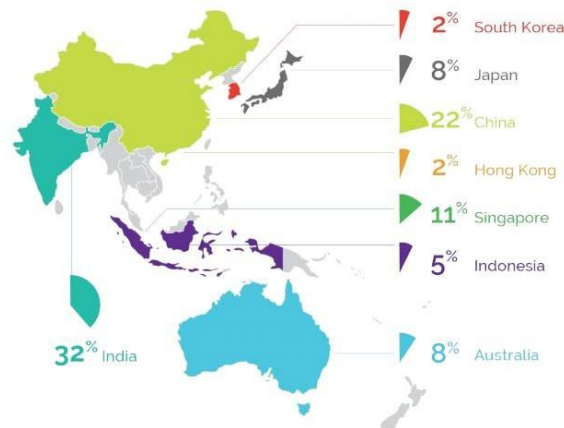
*Sumber : Apjii.or.id/survey*

Teknologi Internet tak lepas dari sarana yang mempermudah kegiatan manusia dalam pemanfaatan gaya hidup mulai dari belanja online, belajar, mencari informasi hingga pemanfaatan Internet di bidang kesehatan bisa dilakukan dengan menggunakan Internet. Pemanfaatan Internet di bidang kesehatan adalah sebesar 51.06% yakni pengguna internet memanfaatkannya dengan mencari informasi kesehatan, dan sebesar 14,05 % pengguna Internet lainnya memanfaatkan dengan konsultasi bersama ahli kesehatan



**Gambar 1. 5 Pemanfaatan Internet di Bidang Kesehatan**

*Sumber : Apjii.or.id/survey*



**Gambar 1. 6 Pertumbuhan Layanan Kesehatan digital di Asia**

*Sumber: Dailysocial.id*

Indonesia sebagai salah satu negara di Asia yang mulai menunjukkan pertumbuhan layanan kesehatan digital. Persebaran layanan kesehatan yang kurang optimal membuka potensi *HealthTech* untuk berbaur dengan vertikal industri yang sudah ada. Besarnya jumlah populasi juga menjadikan Indonesia negara yang potensial untuk layanan *HealthTech*. Dalam riset tersebut disebutkan, Indonesia dengan inovasi lokal yang mulai marak bermunculan, memiliki peluang untuk berkembang sebagai inovator untuk layanan kesehatan digital. Di Asia sendiri Indonesia menunjukkan pertumbuhan sebesar 5% dan

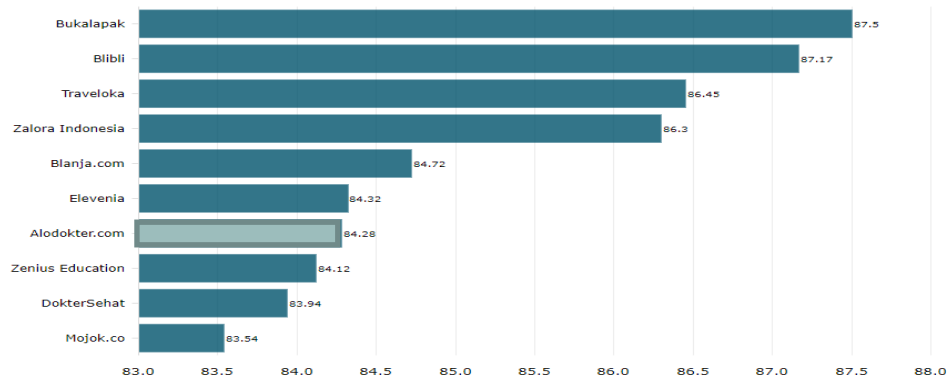
menempati posisi ke 4 dibawah Jepang. (*dailysocial.id*)

Hal inilah yang membuat para developer Indonesia untuk memanfaatkan peluang dibidang E-Health dengan menciptakan teknologi digital berbasis Kesehatan. Beberapa diantaranya adalah :

1. Alodokter
2. Halodoc
3. Dokter.id
4. KlikDokter
5. Medika App
6. GoDok
7. TanyaDok
8. DokterSehat
9. Konsula
10. Medicabo
11. Homescare
12. PopokBanjar
13. Insan Medika
14. Pasienia
15. Riliv
16. Ovula (*id.techinasia.com*)

Diantara beberapa E-Health tersebut, Alodokter mampu menempati urutan ke 6 sebagai 10 Startup terbaik Indonesia menurut StartUp ranking per 10 januari 2019 yang dapat dilihat pada gambar 1.

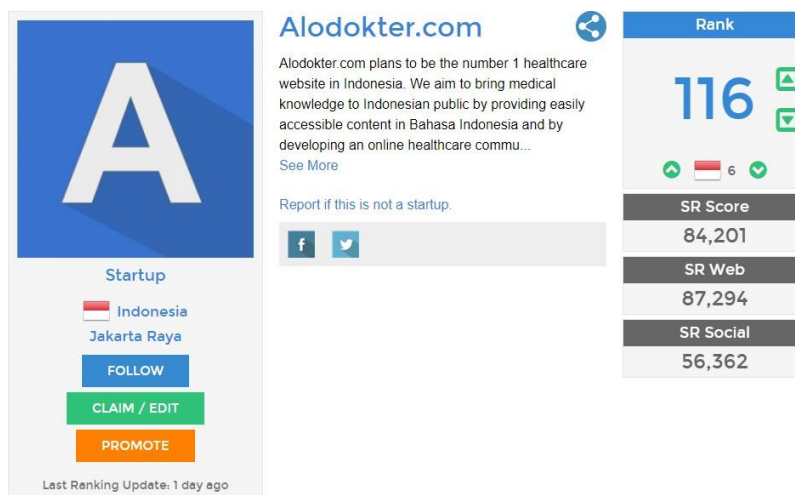
10 Startup Terbaik Indonesia Menurut Startupranking (per 10 Jan 2019)



**Gambar 1. 7 Startup Terbaik Indonesia**

*Sumber : Katada.com*

Alodokter yang merupakan StartUp yang didirikan pada tahun 2014 lalu menempati urutan pertama dalam kategori StartUp E-Health di Indonesia dengan nilai 84,28 disusul oleh DokterSehat di posisi kedua dalam kategori E-Health dengan nilai 83,94. Lebih dari 370 dokter pada perusahaan digital kesehatan Alodokter siap siaga melayani tiap pertanyaan yang masuk dan merespons dengan cepat dan tanggap, tidak lebih lama dari 5 menit. Hal ini sebagai janji Alodokter untuk melayani kebutuhan informasi kesehatan masyarakat Indonesia dengan baik dan cepat.



**Gambar 1. 8 Rank Alodokter**

*Sumber : Startupranking.com*













Tags: Healthcare Knowledge Online Platform Web					
<b>SR Traffic - Month</b>		<b>Moz</b>		<b>Alexa</b>	
Visits	56,717,544	Domain Auth	56.00	Ranking	700
Views/visit	1.57	Page Auth	50.00	Reputation	7,527
<b>Facebook</b>		<b>Twitter</b>			
Fans	772,631	Followers	6,262		
Engagement	59,963	Engagement	2,454		

**Gambar 1. 9 Score Alodokter**

*Sumber : Startupranking.com*

Alodokter memiliki jumlah pengunjung tiap bulannya sebanyak 56.717.544 dengan jumlah views/visit sebanyak 1.57 serta pada sosial media Facebook Alodokter memiliki fans sebanyak 772,631 dengan total engAgement sebanyak 59,963 dan untuk Twitter Alodokter memiliki jumlah Followers sebanyak 6,262 serta total engAgement sebanyak 2.454. dengan demikian Alodokter menempati urutan ke 116 sebagai StartUp terbaik di dunia.

Tag - Healthcare CUSTOMIZE YOUR SEARCH WITH SR PRO Worldwide

Rank	Startup	SR Score	Description	Country Rank
116	 Alodokter.com	84,201 ▲	Alodokter.com plans to be the number 1 healthcare website in Indonesia. We aim to bring medical know ...	 6
152	 DokterSehat	83,615 ▲	DokterSehat is the biggest independent online health portal in Indonesia. We aim to reform healthcare in Indonesia through medical tech. - DokterSehat aims to educate and improve healthcare ...	 11
381	 Doktorsitesi.com	80,411 ▲	Online physician booking platform - The leading healthcare platform in Turkey, connect ...	 4
1,196	 Opencare	72,235 ▲	Welcome to a new dental care experience. - Opencare helps patients find the best healthcare p ...	 39
1,211	 Fitt	72,123 ▲	Discover Health and Fitness in Your City - Being healthy is hard! Fitt makes getting fit fun ...	 324
1,357	 DocDoc.ru	70,897 ▲	DocDoc.ru provides service for searching doctors from Moscow region clinics. - DocDoc.ru - A modern, on-line service to find a d ...	 37

**Gambar 1. 10 Rank Alodokter WorldWide**

*Sumber: Startupranking.com*

Dengan ini Alodokter menempati peringkat pertama di dunia sebagai startup terbaik pada kategori HealthCare diikuti oleh DokterSehat pada ranking 152 yang juga merupakan StartUp dari Indonesia. (*Startupranking.com*)



Pada awal peluncurannya Alodokter mendapat sambutan yang sangat meriah. Setiap hari pengunjung situs ini kian membludak. Imbasnya, pada tahun 2015, Alodokter mengumumkan perolehan pendanaan tahap awal (*seed funding*) dengan jumlah yang tidak disebutkan. Pendanaan ini dipimpin oleh Fenox Venture Capital dan diikuti oleh 500 Startups, Lim Der Shing, dan Golden Gate Ventures. (*sepositif.com*)

Situs ini mengklaim bahwa mereka telah mendapatkan satu juta pengunjung unik bulanan hanya dalam satu tahun kelahirannya. Alodokter membuktikan keseriusannya untuk menjadi portal kesehatan nomor satu dengan meluncurkan aplikasi *mobile* pada bulan Maret 2016. (*sepositif.com*)

Kini Alodokter telah menjadi situs penerbit online kesehatan yang tercepat dalam perkembangannya di Asia Tenggara dan telah menjaring jutaan pengunjung tiap bulan. Alodokter juga telah menjelma sebagai situs kesehatan nomor satu di Indonesia. Mereka bahkan mengungguli kompetitor lainnya. (*sepositif.com*)

Alodokter mampu memberikan informasi yang akurat dan juga terpercaya bagi orang-orang yang membutuhkannya. Hal ini memang terbukti, di mana jumlah pengunjung situs ini mengalami kenaikan yang sangat signifikan dari waktu ke waktu. Dalam waktu yang sangat singkat, Alodokter menjadi salah satu situs kesehatan terbesar. (*Finansiaku.com*)

Aplikasi Alodokter memiliki Rating 4,3 dari 5 dengan jumlah ulasan 185 pada Appstore (*itunes.apple.com*) dan rating 4,7 dari 5 dengan jumlah ulasan 178,627. (*play.google.com*).

Kesuksesan yang dicapai Alodokter ini tentunya menguntungkan perusahaan dan membanggakan Negara Indonesia, akan tetapi kesuksesan tersebut tidak akan bertahan lama apabila Alodokter tidak mampu menjaga kinerja unggul perusahaan. Terlebih lagi dengan pesatnya perkembangan teknologi E-Health Alodokter akan semakin banyak menghadapi para kompetitor baik dari lokal maupun Luar Negeri, Alodokter harus mampu menganalisis faktor

apa saja yang harus dikembangkan guna tetap mempertahankan eksistensi dan menambah lebih banyak pengguna dimasa yang akan datang.

Berdasarkan kondisi tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna berbasis E- Health Alodokter. sehingga diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatkan kinerja perusahaan baik dari segi proses bisnis, strategi pemasaran dan promosi. Pendekatan yang diambil untuk mengetahui hal tersebut adalah dengan menggunakan metode teknologi adopsi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*.

Model UTAUT2 diperkenalkan oleh Vankatesh, Thong, and Xu, (2012). Model UTAUT2 merupakan pengembangan dari model UTAUT sebelumnya. UTAUT dipakai untuk mengukur perilaku konsumen dalam konteks organisasi/perusahaan maka model UTAUT2 dikembangkan untuk mengukur perilaku konsumen dalam konteks individu.

Model UTAUT2 banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi dalam berbagai konteks penelitian, keuntungan dalam menggunakan model ini adalah UTAUT2 mampu menjelaskan 70% variasi pada minat penggunaan teknologi nilai yang lebih tinggi dibandingkan delapan model sebelumnya yang hanya memiliki daya prediksi antara 17-53% (Venkatesh et al., 2003). Maka dari itu model UTAUT 2 ini cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS ADOPSI TEKNOLOGI TERHADAP PENGGUNA ALODOKTER DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI UTAUT 2”

### **1.3 Perumusan Masalah**

Alodokter kini telah menjadi E-Healt terbaik di Indonesia bahkan StartUp terbaik dunia kategori HealtCAre, Alodokter dari awal peluncurannya pada tahun 2014 memiliki perkembangan yang cepat dimana pada tahun pertama Alodokter Setiap hari pengunjung situs ini kian membludak dan berhasil menarik perhatian

Investor sehingga bersedia berinvestasi dengan memberi dana untuk pengembangan Alodokter.

Dengan banyaknya kompetitor yang tentunya akan semakin bertambah baik dari dalam maupun Luar Negeri, Alodokter harus mampu mempertahankan dan mengembangkan Platform yang sudah ada dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi dan minat pengguna dalam mengadopsi Alodokter.

Penulis menemukan Literatur yang menjadikan Alodokter sebagai objek akan tetapi penelitian tersebut menggunakan metode dan model yang berbeda dengan penelitian ini, Literatur tersebut menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode modifikasi UTAUT 2 sehingga faktor-Faktor yang mempengaruhi persepsi dan minat pengguna dalam mengadopsi Alodokter belum bisa dipastikan.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

1. Berdasarkan faktor-faktor yang terdapat pada model modifikasi UTAUT 2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Content, dan Trust Information*) seberapa besar penilaian pengguna Alodokter di Indonesia terhadap faktor-faktor tersebut?
2. Seberapa besar minat konsumen untuk terus menggunakan (*Continuence Intentions*) Alodokter di Indonesia?
3. Apakah faktor-faktor yang terdapat pada model modifikasi UTAUT 2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Content, dan Trust Information*) berpengaruh terhadap *Continuence Intentions* Pengguna Alodokter di Indonesia ?
4. Apakah perbedaan *Age* dan *Gender* berdampak pada pengaruh faktor-faktor yang terdapat di model UTAUT2 yang telah dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social*

*Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Content, dan Trust Information*) terhadap *Continuance Intentions* pada pengguna Alodokter di Indonesia?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui seberapa besar penilaian pengguna Alodokter di Indonesia terhadap faktor-faktor tersebut.
2. Untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen untuk terus menggunakan (*Continuance Intention*) Alodokter di Indonesia.
3. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang terdapat pada model modifikasi UTAUT 2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Content, dan Trust Information*) berpengaruh terhadap *Continuance Intention* pengguna Alodokter di Indonesia.
4. Untuk mengetahui apakah perbedaan *Age* dan *Gender* berdampak pada pengaruh faktor-faktor yang terdapat di model UTAUT2 yang telah dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Content, dan Trust Information*) terhadap *Continuance Intention* pada pengguna Alodokter di Indonesia.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **a. Aspek Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan serta referensi untuk penulisan berikutnya yang akan dilakukan oleh penulis lainnya, terutama yang berkaitan dengan adopsi teknologi pada umumnya serta khususnya mengenai perilaku konsumen terhadap pengguna Alodokter dengan menggunakan metode UTAUT 2.

### **b. Aspek Praktis**

Diharapkan penelitian ini memberi masukan bagi perusahaan-perusahaan pengembang Teknologi E-health di Indonesia serta dapat dijadikan

saran bagi perusahaan mengenai strategi peningkatan layanan dimasa yang akan datang dengan menggunakan metode UTAUT 2.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi dari penelitian yang peneliti lakukan adalah area seluruh Indonesia, dimana pembagian wilayah adalah 5 pulau terbesar di Indonesia, yaitu Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Bali, yang juga menjadi pulau dengan tingkat kependudukan tertinggi di Indonesia. Objek dari penelitian ini adalah pengguna Alodokter yang berusia dibawah 15-14 tahun (*Young-Adult*) dan 25-60 tahun (*Adult*)

### **1.7.2 Peridode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari Februari hingga April 2019

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada BAB II berisi mengenai uraian umum tentang teori-teori yang digunakan, penelitian terdahulu (*literature review*) yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas, serta kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada BAB III berisi mengenai jenis dan metode penelitian, operasionalisasi variabel, desain kuesioner dan skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada BAB IV ini berisi mengenai hasil pengumpulan data melalui kuesioner, menggambarkan hasil dan pembahasan dari pengumpulan data, dan melakukan analisis serta menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang disertai dengan saran atau rekomendasi bagi perusahaan yang diteliti, pengguna hasil penelitian, maupun kepada peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya.