ABSTRAK

Pada saat ini, penduduk Indonesia tidak bisa terlepas dari internet. Begitu juga dengan penduduk Kota Banjarmasin, sangat membutuhkan Internet sebagai salah satu teknologi primer yang digunakan dalam kehidupan sehari - hari. Salah satunya adalah teknologi s*marthome* yang menggabungkan teknologi dan pelayanan yang dikhususkan pada lingkungan rumah dengan fungsi tertentu yang bertujuan meningkatkan keamanan, efisiensi dan kenyamanan penghuninya, yang terdiri dari perangkat *monitoring*, perangkat kontrol, dan perangkat otomatis yang dapat di akses menggunakan *gadget.*

Namun, segala kenyamanan yang diberikan olek teknologi *smarthome* belum diketahui dengan baik di kalangan masyarakat, salah satunya masyarakat Kota Banjarmasin. Jumlah pengguna *smarthome* di Banjarmasin cukup rendah jika dibandingkan dengan kota yang lain. Sehingga penulis membuat penelitian dengan tujuan untuk mengetahui variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan teknologi *smarthome*, mengukur seberapa besar penilaian narasumber terhadap teknologi *smarthome* berdasarkan variabel tersebut, mengukur seberapa besar minat konsumen untuk menggunakan teknologi *smarthome,* dan mengukur seberapa besar variabel - variabel tersebut berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan teknologi *smarthome.*

Dengan menggunakan metode UTAUT 2 yang merupakan sebuah model yang disusun berdasarkan teori dasar mengenai perilaku pengguna teknologi dan model - model adopsi atau perilaku dan penerimaan pengguna teknologi yang berkembang, penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan *depth interview* kepada 16 narasumber dengan latar belakang yang berbeda yang dibedakan menjadi empat kelompok (*quadraple helix*), yaitu kelompok Pemerintahan yang berjumlah 4 narasumber, kelompok *Business Player* yang berjumlah 4 narasumber, kelompok *Expert* yang berjumlah 4 narasumber, dan kelompok *User* yang berjumlah 4 narasumber.

Hasil yang didapatakan dari penelitian ini adalah keseluruhan variabel dalam UTAUT 2 sangat mempengaruhi kecenderungan masyarakat dalam menggunakan layanan *smarthome*, dengan tingkat persetujuan narasumber rata - rata sebesar 91%. Selain variabel utama dalam UTAUT 2, terdapat juga variabel - variabel baru yang ternyata juga mempengerahui kecenderungan masyarakat dalam menggunakan layanan *smarthome*, variabel - variabel baru ini rata - rata persetujuan sebesar 95,8%. Sehingga secara keseluruhan, terdapat 10 variabel yang berpengaruh terhadap kecenderungan masyarakat dalam menggunakan *smarthome* dengan rata - rata persetujuan sebesar 92,5%.

Dari hasil yang diperoleh pada penelitian ini, peneliti menyarankan pada para *business player* untuk menetapkan strategi - strategi baru untuk meningkatkan penjualan *smarthome* yang berdasar pada kelebihan, kekurangan, *opportunities*, dan ancaman dalam hal penjualan *smarthome*. Juga memperhatikan perubahan - perubahan yang terjadi di Banjarmasin. Selain *business player*, saran yang bisa diberikan peneliti bagi penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian terkait dengan dimensi *smartcity* lainnya di Kota Banjarmasin untuk mendukung percepatan realisasi *smartcity* di Banjarmasin.

Kata kunci: Banjarmasin, internet, *smarthome*, *smartcity*.