

**PROFIL DAN PREFERENSI ANGKATAN KERJA MUDA  
TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK)  
DALAM MEMILIH PERANGKAT TIK BERGERAK**

***PROFILES AND PREFERENCES OF ICT YOUNG WORKFORCES IN  
DECIDING MOBILE ICT DEVICES***

**Moh. Muttaqin**

Balai Besar Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika  
(BBPSDMP Kominfo) - Medan  
Kementerian Komunikasi dan Informatika  
Jl. Tombak No.31, Medan, (20222)  
moh.muttaqin@kominfo.go.id

Diterima : 23 Mei 2018

Direvisi : 23 Juli 2018

Disetujui : 04 Mei 2019

**ABSTRACT**

*In 2014, mobile phones ownership in Indonesia (including other mobile devices) had reached 84% of the population. It is thus interesting to investigate user preferences to select ICT mobile devices in Indonesia. Based on the theory of consumer behavior with cognitive approaches (modeled with Stimulus-Organism-Response/S-O-R), this research aims to describe user profiles and preferences to select ICT mobile devices among ICT young workforces from some places in the eastern coastal areas of North Sumatera. Respondents from this area are interesting to study because they are most likely affected by ICT development in neighboring countries, such as Malaysia and Singapore, as a result of geographical adjacency. Data were collected through questionnaires, while data processing and analysis were conducted using descriptive statistics. It was found that the average ownership rate of ICT mobile devices was 1.50 devices per person with an average price per device of 3.8 million rupiahs. User preferences of ICT mobile devices were determined by RAM capacity (19%), processor speed (17%) and brand (15%).*

*Keywords: mobile devices, consumer behavior theory, S-O-R model, user profiles, user preferences, ICT young workforces*

**ABSTRAK**

Pada tahun 2014, kepemilikan telepon seluler di Indonesia (belum termasuk perangkat TIK bergerak lainnya) telah mencapai proporsi 84% populasi penduduk. Terkait dengan hal ini, preferensi pengguna dalam memilih perangkat TIK bergerak di Indonesia menjadi menarik untuk ditelusuri. Berdasarkan teori perilaku konsumen dengan pendekatan kognitif (dalam model Stimulus-Organism-Response/S-O-R), maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil pengguna dan preferensi perangkat TIK bergerak di kalangan angkatan kerja muda TIK dari beberapa lokasi di pesisir timur Sumatera Utara. Responden dari wilayah ini menarik untuk diteliti karena sedikit banyak terpengaruh oleh perkembangan TIK di negeri jiran, yaitu Malaysia dan Singapura, sebagai dampak kedekatan geografis. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan pengolahan dan analisis datanya menggunakan statistik deskriptif. Penelitian menemukan bahwa tingkat kepemilikan perangkat TIK bergerak rata-rata adalah 1,50 perangkat per orang, dengan harga perangkat TIK bergerak rata-rata 3,8 juta rupiah. Adapun faktor yang menentukan preferensi pengguna dalam memilih perangkat TIK bergerak adalah kapasitas RAM (19%), kecepatan prosesor (17%) dan *brand* (15%).

Kata Kunci: perangkat TIK bergerak, teori perilaku kosumen, model S-O-R, profil pengguna, preferensi pengguna, angkatan kerja muda TIK

## PENDAHULUAN

Indonesia termasuk salah satu negara pengguna perangkat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bergerak terbesar. Dalam siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika di tahun 2014, jumlah telepon seluler (salah satu jenis perangkat TIK bergerak yang beredar di Indonesia) telah setara dengan 84% populasi penduduk Indonesia (PIH Kominfo, 2014). Besarnya persentase tersebut tidak serta merta menunjukkan meratanya penggunaan telepon seluler di Indonesia, karena satu orang pengguna telepon seluler di Indonesia dapat memiliki lebih dari satu perangkat telepon seluler (Deryadli, 2013).

Salah satu fenomena yang dapat menggambarkan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap kehadiran perangkat TIK bergerak adalah terjadinya keriuhan dalam penjualan telepon pintar dengan merek dagang Blackberry di Pacific Place, SCBD, Jakarta Selatan pada tanggal 25 November 2011. Penyelenggara kegiatan penjualan produk baru Blackberry tidak mengantisipasi melimpahnya jumlah pembeli yang rela mengantri guna mendapatkan 1.000 unit Blackberry terbaru dengan potongan harga hingga 50%. Akibatnya, 90 orang menderita luka-luka karena terinjak-injak dan sesak nafas, bahkan persendian lengan seorang korban sampai terlepas dan harus dirawat di rumah sakit (Detiknews, 2011). Meskipun demam Blackberry melanda Indonesia tidak terlalu lama (2011 hingga 2012), telepon pintar dengan merek dagang yang lain segera menggantikan posisi Blackberry (Sadewo, 2014) dan penjualan telepon pintar di Indonesia tetap tinggi (Hidayat, 2016). Indonesia adalah salah satu negara pengguna telepon pintar tertinggi di Asia Pasifik

(Katadata, 2016) dan orang Indonesia dinobatkan sebagai orang yang paling lama menghabiskan waktu untuk menggunakan telepon seluler dibandingkan dengan penduduk negara lainnya (BBC, 2014).

Selain telepon pintar, penjualan perangkat bergerak lainnya di Indonesia juga memiliki pangsa pasar yang besar walaupun perlahan menurun dengan hadirnya teknologi komputasi dan telekomunikasi dalam wujud perangkat yang lebih ringkas (komputer jinjing dan tablet) (Gfk, 2013). Semua ini menunjukkan besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap produk teknologi, terutama perangkat elektronik bergerak.

Tingginya animo masyarakat terhadap perangkat elektronik bergerak memicu peneliti untuk mengetahui apa yang menjadi daya tarik suatu perangkat sehingga sangat disukai penggunaannya. Saat ini, terdapat beragam perangkat TIK bergerak sehingga pengguna tentunya akan memiliki kriteria dalam memilih suatu perangkat tertentu.

Sebelumnya telah dilakukan beberapa penelitian yang bertujuan mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap pemilihan perangkat TIK bergerak. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2008 di Pakistan menemukan bahwa preferensi utama pengguna ditentukan oleh *brand*, diikuti oleh harga, dan aplikasi yang terpasang pada perangkat (Siddiqui & Awan, 2008). Penelitian di Hawassa, Ethiopia pada tahun 2013 menemukan bahwa preferensi utama pengguna ditentukan berturut-turut oleh harga, fitur perangkat, ketahanan perangkat, pengaruh sosial, *brand*, dan layanan purnajual (Sata, 2013). Penelitian lainnya dilakukan di India dan menemukan bahwa faktor utama yang menentukan preferensi pengguna adalah fitur perangkat, diikuti oleh harga, pengaruh

lingkungan terdekat, dan *brand image* (Rajasekaran, Cindhana, & Priya, 2018).

Keseluruhan penelitian tersebut umumnya terfokus pada perangkat TIK bergerak dengan jenis telepon seluler. Responden yang diteliti semuanya dipilih dengan menggunakan sampling acak untuk pengguna umum (beragam usia, profesi, dan status ekonomi dan sosial).

Salah satu penelitian yang fokus pada kelompok khusus adalah penelitian dengan responden mahasiswa Administrasi Bisnis tingkat pertama di Universitas Corvinus, Budapest, Hungaria. Penelitian ini menemukan bahwa preferensi pengguna ditentukan berturut-turut oleh harga, diikuti oleh tampilan dan bentuk perangkat, aplikasi terpasang, dan *brand* (Simay, 2009). Mengingat bahwa preferensi dipengaruhi oleh karakteristik pemilih dan karakteristik pilihan yang tersedia (Sata, 2013), maka peneliti tertarik untuk mengungkap preferensi pengguna yang berasal dari angkatan kerja muda bidang TIK. Selain itu, peneliti juga mengembangkan karakteristik pilihan yang tersedia dengan memasukkan perangkat TIK bergerak selain telepon seluler (seperti tablet dan komputer jinjing), yang tidak ikut diteliti pada penelitian-penelitian tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan profil angkatan kerja muda bidang TIK dan preferensinya dalam memilih perangkat TIK bergerak.

Berdasarkan teori perilaku konsumen dengan pendekatan kognitif, personal dipandang sebagai individu yang berperilaku. Bukan lagi sebatas dampak dari pengaruh lingkungan dan sosial (stimulus), melainkan dianggap sebagai pemroses informasi yang belajar dan mengambil keputusan berdasarkan pembelajaran atas berbagai stimulus (Ribeaux & Popleton, 1978). Untuk memudahkan

pemahaman proses pengambilan keputusan berdasarkan teori tersebut, dilakukan pemodelan secara konseptual yang dikenal dengan model *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Model konseptual S-O-R (Bray, 2008)

Dalam model konseptual pada Gambar 1, komponen *stimulus* berisi faktor eksternal konsumen yang melekat pada produk dan lingkungan, sedangkan komponen *organism* berisi komponen internal konsumen yang berisi profil konsumen (Kenning, Hubert, & Linzmajer, 2012). *Response* adalah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh *stimulus* (yang berasal dari faktor produk dan lingkungan) dan *organism* (profil konsumen) (Raychaudhuri & Mustafa, 2016).

Keputusan yang baik dibuat dengan menyesuaikan keinginan dalam benak pemilih dengan stimulus. Keputusan ideal adalah memilih objek yang memenuhi semua keinginan pemilih. Namun, dalam kondisi tidak terpenuhinya keinginan pemilih secara lengkap, maka pemilih akan memilih objek yang paling mendekati keinginannya di antara objek-objek pilihan yang ada, yang disebut dengan keputusan aktual (Brown, 2012). Karena proses kognitif juga melibatkan emosi dalam pengambilan keputusan, maka *response* konsumen juga dapat bersifat rasional dan emosional (Lerner, Li, Valdesolo, & Kassam, 2015). Dengan demikian, faktor-faktor penentu preferensi (stimulus) dan karakteristik pengguna (profil) perlu diungkap bersamaan untuk menunjukkan korelasinya dengan keputusan. Karakteristik pengguna yang dipilih dalam penelitian ini adalah angkatan

kerja muda TIK, sedangkan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pengguna disusun dengan meninjau beberapa penelitian yang telah menemukan faktor-faktor tersebut.

Beberapa penelitian telah dilakukan pada tahun 2012 oleh Das (Das, 2012), Saif dan Amad (Saif & Amad, 2012), Subramanyam dan Venkateswarlu (Subramanyam & Venkateswarlu, 2012), dan Malasi (Malasi, 2012) yang mencoba merumuskan faktor-faktor apa saja yang menentukan preferensi pengguna dalam memilih perangkat TIK seluler. Temuan-temuan penelitian tersebut dikompilasikan kembali oleh Sata (Sata, 2013), yang kemudian mengajukan enam faktor yang memengaruhi keputusan pengguna dalam memilih perangkat telepon seluler, yaitu harga, faktor sosial, daya tahan penggunaan, *brand*, fitur dan layanan purnajual. Pendekatan tersebut dapat diperluas tidak hanya pada telepon seluler, namun juga pada semua perangkat TIK bergerak seperti telepon pintar (yang merupakan telepon seluler dengan kemampuan-kemampuan tertentu), tablet dan komputer jinjing. Untuk menyesuaikan kondisi responden, keenam faktor tersebut dapat diuraikan dengan merinci faktor fitur yang perkembangannya sangat beragam saat ini, serta menambahkan pilihan bebas yang dapat saja merupakan pertimbangan utama yang tidak terdeteksi oleh peneliti saat penyusunan instrumen.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. *Sampling* dilakukan secara purposif, dengan memilih responden di kalangan angkatan kerja muda (usia maksimal 29 tahun) bidang TIK, yang merupakan lulusan pendidikan menengah

dan tinggi bidang TIK yang belum bekerja, baik strata SMA/SMK sederajat, Diploma (D-1, D-2, D-3) hingga Sarjana. Aturan pemilihan sampel dengan cara purposif diharapkan akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data penelitian berdasarkan karakteristik responden yang telah ditetapkan.

Lokasi penelitian yang dipilih adalah lima kabupaten/kota di wilayah pesisir timur Sumatera Utara, yaitu Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang, Serdang Bedagai, Simalungun dan Kota Tebing Tinggi. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan kedekatannya dengan negara tetangga (Malaysia dan Singapura). Angkatan kerja muda bidang TIK di lokasi ini memiliki peluang besar terpapar perkembangan TIK dari luar karena faktor kedekatan geografis tersebut.

Jumlah populasi angkatan kerja muda di lima kabupaten/kota tersebut dapat dilihat dalam dokumen statistik yang dirilis setiap daerah (BPS Kabupaten Deli Serdang, 2018, BPS Kota Medan, 2018, BPS Kabupaten Serdang Bedagai, 2018, BPS Kota Tanjung Balai, 2016). Meskipun demikian, tidak tersedia data jumlah populasi angkatan kerja muda bidang TIK secara khusus. Oleh karena itu, populasi angkatan kerja muda bidang TIK di lima kabupaten/kota dihitung dengan pendekatan rasio nasional antara jumlah angkatan kerja bidang TIK dengan angkatan kerja semua bidang secara total. Dasar yang digunakan dalam perhitungan ini adalah dokumen resmi hasil survei "Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia" (APJII, 2017) dan data penelitian tentang angkatan kerja bidang TIK di tiga negara ASEAN yaitu Thailand, Indonesia, dan Vietnam (Pinprayong, 2016). Berdasarkan perbandingan data-data dalam kedua dokumen tersebut dapat diketahui bahwa rasio angkatan

kerja TIK dibanding angkatan kerja lainnya di Indonesia adalah 1,192%. Adapun total jumlah angkatan kerja muda berdasarkan dokumen statistik lima kabupaten/kota terpilih adalah 215.506 orang, sehingga dengan rasio tersebut dapat dihitung pendekatan jumlah populasi angkatan kerja muda bidang TIK sebanyak 2.545 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 orang responden. Jumlah ini telah memenuhi ketentuan jumlah sampel untuk penelitian menurut Roscoe, yaitu antara 30 hingga 500 responden (Bagus, 2016) dan antara 50 hingga 500 (Jemari, 2017). Jika penentuan jumlah responden mengacu pada teknik pengumpulan data, maka jumlah responden ini juga telah memenuhi batas minimal jumlah sampel penelitian survei yang berjumlah 100 (Anwar, 2015).

Analisis dilakukan dengan statistik deskriptif terhadap faktor-faktor yang menggambarkan profil pengguna dan pertimbangan pemilihan perangkat TIK bergerak. Komponen profil pengguna yang diteliti adalah jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan terakhir, asal daerah, jumlah perangkat TIK bergerak yang dimiliki, dan harga perangkat. Adapun untuk melihat pertimbangan pengguna dalam memilih perangkat, responden diminta untuk menetapkan aspek yang menjadi prioritas utama bagi pengguna dalam memilih perangkat yang dimilikinya tersebut. Opsi yang disiapkan dalam survei sebagai faktor pertimbangan memilih perangkat ditunjukkan pada Tabel 1.

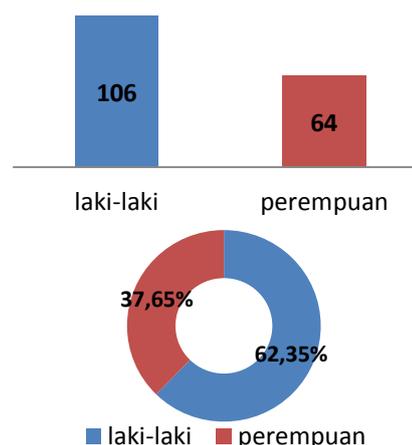
**Tabel 1.** Penetapan faktor pertimbangan memilih perangkat

No	Faktor	No	Faktor
1	Brand/Merek	7	Harga
2	Dukungan Jaringan	8	Kapasitas RAM
3	Slot Memori Eksternal	9	Kelengkapan fitur
4	Daya Tahan Baterai	10	Tren Lingkungan
5	Jumlah Slot <i>Simcard</i>	11	Kecepatan Prosesor
6	Sistem Operasi/ <i>Platform</i>	12	Lainnya

Faktor ke-12 dalam Tabel 1 disiapkan untuk mengakomodasi responden yang memiliki pertimbangan lain yang tidak disiapkan pilihannya. Penelitian ini mengembangkan kembali kerangka konseptual penelitian Sata (Sata, 2013) yang hanya menggunakan enam faktor, sehingga hasilnya lebih komprehensif.

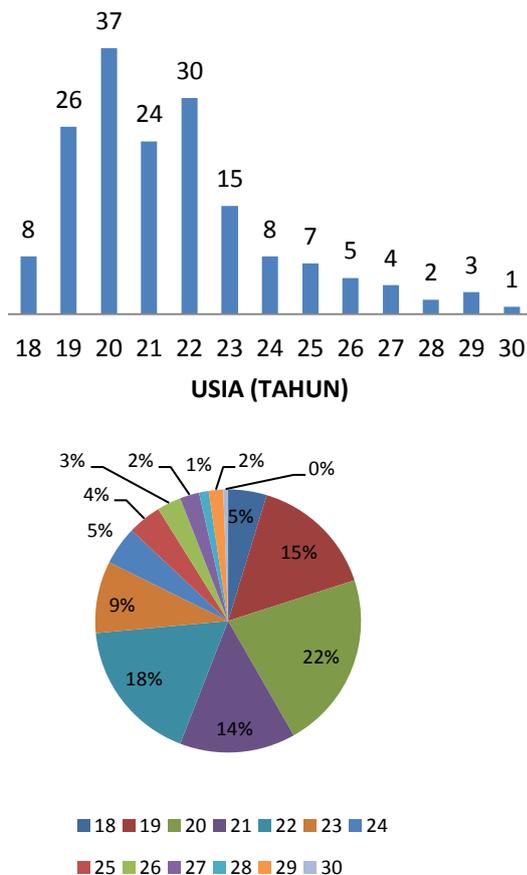
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari keseluruhan responden yang menjadi objek survei dalam kelompok responden angkatan kerja muda bidang TIK didapatkan komposisi seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



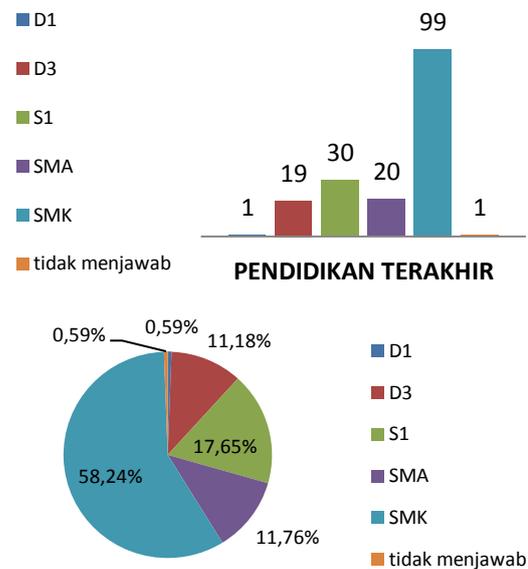
**Gambar 2.** Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 2 menunjukkan bahwa komposisi responden dalam survei ini tidak berimbang. Jumlah responden laki-laki hampir mencapai dua kali lipat jumlah responden perempuan. Hal ini sebenarnya menggambarkan komposisi gender dalam angkatan kerja muda bidang TIK. Dapat dikatakan bahwa bidang ini masih didominasi oleh laki-laki. Adapun komposisi angkatan kerja muda berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Gambar 3 menunjukkan bahwa proporsi terbesar usia angkatan kerja muda bidang TIK adalah 20 tahun (22%) dan diikuti responden berusia 22 tahun (18%). Usia di sekitar usia tersebut yaitu usia 19 tahun dan 21 tahun juga memiliki persentase yang cukup besar (15% dan 14%). Dengan demikian, rentang usia 19 hingga 22 tahun saja sudah mengisi hampir 70% dari total angkatan kerja muda bidang TIK. Gambar 2 menunjukkan bahwa angkatan kerja muda didominasi oleh SDM berusia sangat muda, yaitu usia 20 tahunan awal. Adapun jika ditinjau berdasarkan jenjang pendidikan terakhir yang berhasil diselesaikan, komposisi responden ditunjukkan pada Gambar 4.

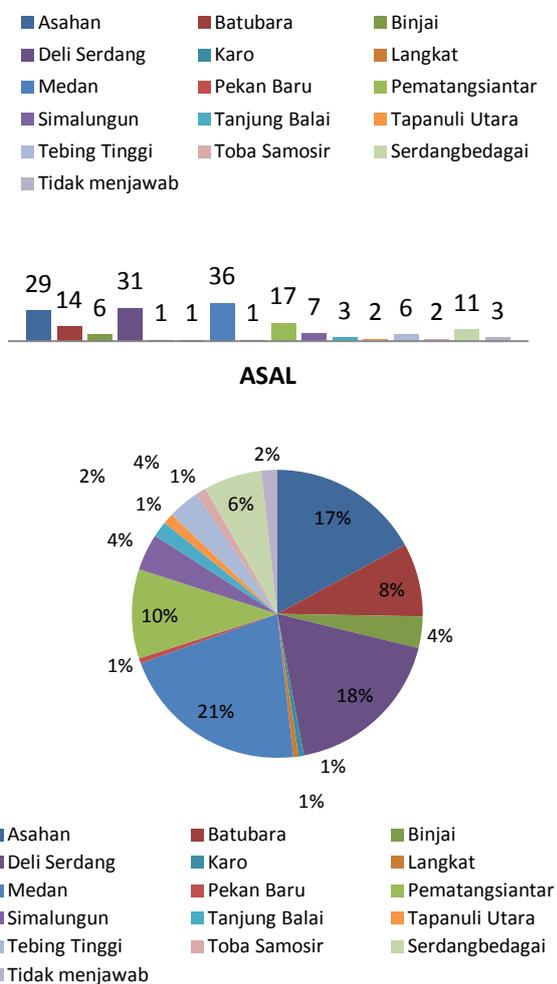


**Gambar 4.** Komposisi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir

Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang mendominasi adalah lulusan SMK. Responden lulusan SMK ini mengisi lebih dari setengah, bahkan hampir mencapai 60% jumlah angkatan kerja muda bidang TIK (tepatnya 58,24%). Hal ini dapat dijelaskan dengan masifnya program pemerintah untuk menghidupkan kembali pendidikan menengah kejuruan guna menghasilkan angkatan kerja yang memiliki kompetensi kejuruan, salah satunya di bidang TIK (Presidenri.go.id, 2016). SMK kejuruan berfokus dalam keahlian tertentu, sebagaimana sumber daya manusia (SDM) yang dididik di tingkat pendidikan tinggi. SMK memiliki keunggulan dalam hal jumlah institusi pendidikan yang lebih banyak, masa studi yang lebih ringkas (jika dibandingkan dengan jenjang sarjana yang memiliki komposisi terbesar kedua), biaya pendidikan yang lebih murah, dan *output* SDM yang memiliki keunggulan pada keterampilan teknis (Damarjati, 2016). Adapun SDM lulusan Sarjana (S-1) menempati komposisi

terbanyak kedua dengan persentase 17,65%. Lulusan dari jenjang pendidikan lainnya yang juga ikut berpartisipasi dan cukup terlihat menonjol komposisinya adalah jenjang pendidikan SMA dan D-3 dengan persentase 11,76% dan 11,18%.

Responden juga diamati berdasarkan asal daerahnya. Angkatan kerja muda TIK yang berpartisipasi dalam survei di lima kabupaten/kota ini berasal dari daerah yang sangat beragam. Hasil survei terhadap asal daerah responden bisa dilihat di Gambar 5.

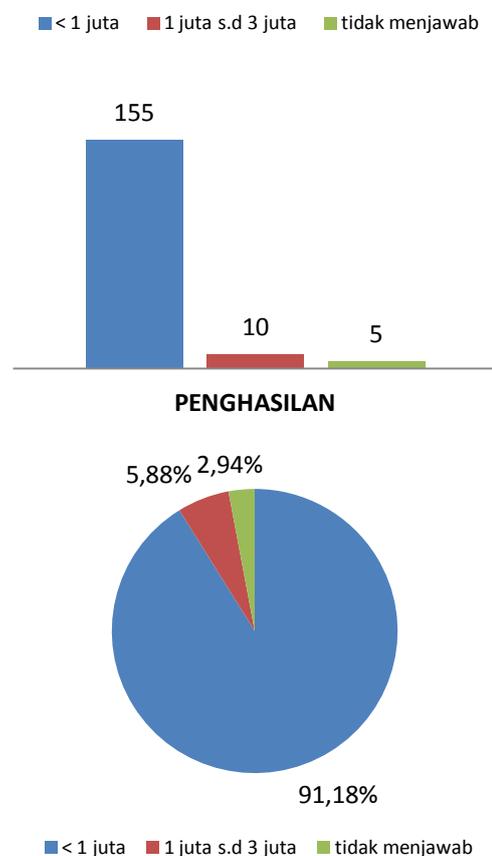


**Gambar 5.** Komposisi Responden Berdasarkan Asal Daerah

Gambar 5 menunjukkan asal daerah dari setiap responden yang setingkat dengan daerah

tingkat II (kabupaten/kota). Persentase terbesar dikuasai oleh tiga daerah, yaitu Medan (21%), Deli Serdang (18%) dan Asahan (17%). Jumlah ini sebenarnya masih dapat bertambah atau berkurang karena ada 6% responden yang tidak menjawab asal daerahnya.

Profil terakhir yang terkait pribadi responden adalah rentang penghasilan. Hasil survei terhadap penghasilan responden ditunjukkan pada Gambar 6.

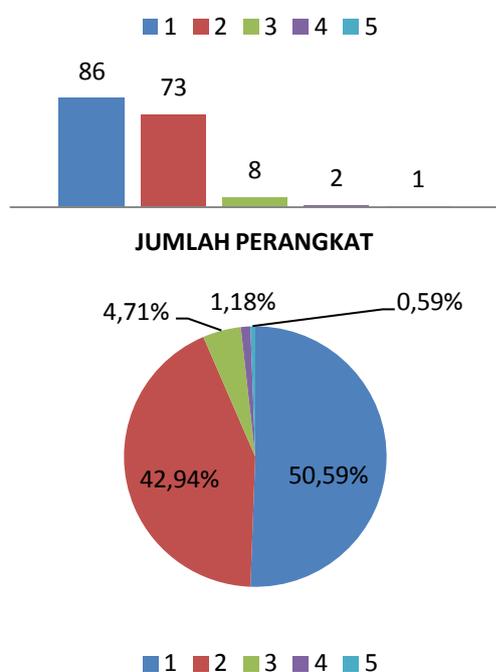


**Gambar 6.** Komposisi Responden Berdasarkan Penghasilan

Dari hasil survei yang ditampilkan pada Gambar 6 tampak bahwa tidak terdapat responden yang memiliki penghasilan di atas 3 juta rupiah. Hal ini dapat diterima mengingat responden adalah alumni pendidikan bidang TIK dengan usia maksimal 29 tahun dan belum bekerja. Jadi, penghasilan yang dimiliki

responden sesungguhnya bukanlah penghasilan, namun merupakan uang saku yang diberikan oleh orang tua atau walinya.

Setelah membahas profil pengguna yang melekat pada diri responden, survei juga dilakukan untuk mengetahui profil kepemilikan perangkat TIK bergerak responden. Profil kepemilikan ini difokuskan pada dua faktor, yaitu jumlah perangkat yang dimiliki dan harga perangkat tersebut. Hasil survei terhadap faktor jumlah perangkat TIK bergerak yang dimiliki ditunjukkan pada Gambar 7.

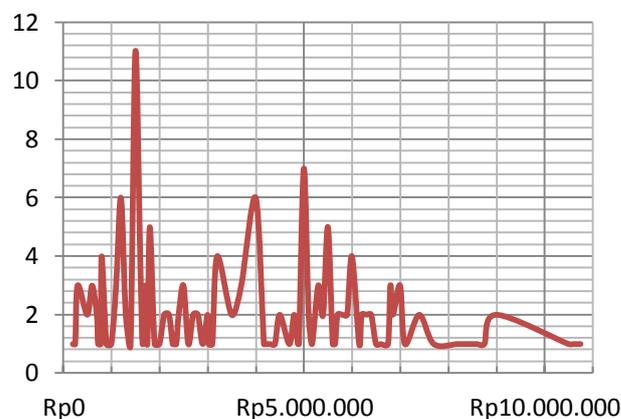


**Gambar 7.** Deskripsi kepemilikan perangkat TIK bergerak per orang

Gambar 7 menunjukkan bahwa mayoritas responden hanya memiliki satu perangkat saja. Namun, persentase responden yang memiliki dua perangkat sekaligus juga besar, mencapai 42,94%. Bahkan, di antara 170 responden juga ada yang menggunakan tiga, empat, hingga lima perangkat TIK bergerak sekaligus, walaupun jumlahnya tidak

terlalu banyak. Dengan demikian, jangkauan (*range*) data kepemilikan perangkat adalah sebesar 4 perangkat. Dapat dikatakan bahwa nilai jangkauan ini cukup lebar. Adapun rerata jumlah perangkat yang dimiliki adalah 1,5 perangkat per orang. Temuan ini membenarkan pernyataan bahwa sebagian orang Indonesia memiliki lebih dari satu perangkat TIK bergerak.

Faktor kedua dari kepemilikan perangkat yang diteliti adalah harga perangkat. Hasil survei terhadap harga perangkat yang dimiliki responden ditunjukkan pada Gambar 8.



**Gambar 8.** Deskripsi harga perangkat TIK bergerak

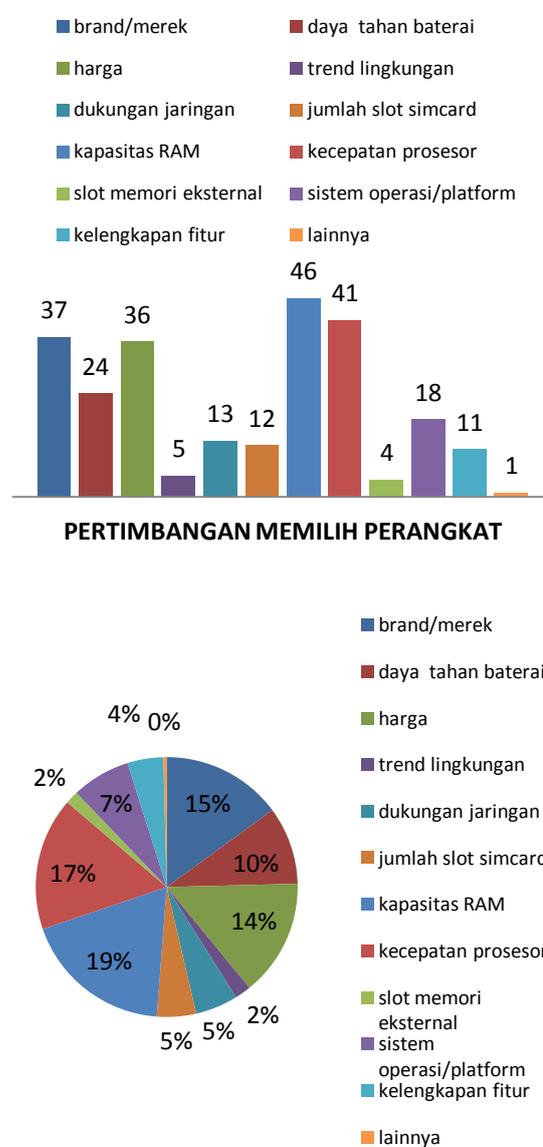
Pada Gambar 8 terlihat bahwa sebaran harga perangkat yang dimiliki responden ternyata sangat bervariasi. Harga perangkat tertinggi adalah Rp10.750.000, sedangkan harga terendah adalah Rp200.000. Perbedaan ini menyebabkan nilai jangkauan (*range*), menjadi semakin lebar. Nilai jangkauan data adalah Rp10.550.000. Dalam penelitian ini, jika seorang responden memiliki beberapa perangkat, maka harga perangkat yang diteliti adalah harga total dari semua perangkat yang dimilikinya. Dengan demikian, nilai harga perangkat yang tinggi sangat mungkin disebabkan oleh kepemilikan lebih dari satu

perangkat oleh responden. Harga rata-rata perangkat dari survei tersebut adalah Rp3.638.086. Namun, jika melihat titik ekstrim tertinggi pada Gambar 8, tampak bahwa responden paling banyak memiliki perangkat dengan harga pada kisaran Rp2.000.000, dan nilai ini berada di bawah nilai rata-rata.

Temuan deskripsi harga perangkat ini sangat menarik jika dibandingkan dengan penghasilan yang dimiliki responden. Dengan besaran penghasilan responden yang umumnya di bawah Rp1.000.000, dan penghasilan tertinggi tidak mencapai Rp3.000.000 (responden yang berada pada kelompok penghasilan antara Rp1.000.000 dan Rp3.000.000 memiliki persentase yang sangat kecil, hanya 5,88%), dapat dikatakan bahwa harga perangkat yang dimiliki cukup tinggi. Harga rata-rata pun telah melebihi nilai penghasilan tertinggi. Hal ini menunjukkan sangat tingginya minat pengguna untuk memiliki perangkat TIK bergerak. Jadi, meskipun perangkat tersebut terhitung mahal dibandingkan penghasilannya, pengguna tetap berusaha memiliki perangkat tersebut. Cara yang paling mungkin untuk mendapatkan perangkat dengan deskripsi penghasilan seperti ini adalah dengan menyisihkan sebagian penghasilan untuk membeli perangkat. Upaya ini tidak cukup dilakukan dalam waktu sebulan, apalagi ada keperluan lainnya yang tentu juga harus dipenuhi dari penghasilan yang diperoleh. Upaya lain yang bisa ditempuh adalah dengan melakukan pembelian secara kredit. Baik menabung atau membeli dengan kredit (cicilan) sama-sama membutuhkan pengorbanan dari pengguna, yang mengindikasikan pentingnya memiliki perangkat TIK bergerak walaupun tidak mudah. Namun, jika perangkat tersebut

diperoleh melalui pemberian atau cara lainnya yang tidak dipengaruhi kemampuan ekonominya, maka analisis ini menjadi tidak berlaku.

Survei juga dilakukan dengan menanyakan faktor yang menentukan preferensi pengguna dalam memilih perangkat TIK bergerak tertentu. Hasil survei terhadap preferensi perangkat TIK bergerak pengguna ditunjukkan pada Gambar 9.



**Gambar 9.** Deskripsi pertimbangan memilih perangkat TIK bergerak

Gambar 9 menunjukkan bahwa ada dua belas faktor yang dipilih oleh responden sebagai faktor yang menentukan dalam memilih perangkat TIK yang akan digunakan. Tiga faktor teratas yang menjadi pilihan terbanyak responden adalah kapasitas *Random Access Memory* (RAM) dengan persentase 19%, diikuti dengan kecepatan prosesor dengan persentase 17% dan *brand* atau merek dagang dengan persentase 15%. Untuk pilihan “lainnya” yang dipilih oleh responden adalah fitur kamera. Sebagaimana diketahui, saat ini perangkat TIK bergerak baik telepon seluler 2G (non *smartphone*), telepon pintar/*smartphone*, *laptop/notebook*, dan tablet telah memiliki satu kamera, dua (*dual camera*), bahkan tiga kamera (ditambah kamera *wide* 120 derajat yang mulai diperkenalkan pada pertengahan 2017).

Temuan pada Gambar 9 menunjukkan bahwa responden menilai penting keberadaan perangkat TIK bergerak dan tidak keberatan untuk mengeluarkan uang yang lebih besar dari penghasilannya guna mendapatkan perangkat TIK bergerak. Faktor harga ternyata hanya dianggap penting oleh 14% responden. Hal ini menunjukkan bahwa 86% responden lainnya tidak terlalu mementingkan masalah harga dalam pemilihan perangkat. Temuan pada Gambar 8 justru menunjukkan bahwa minat terbesar responden adalah teknologi yang disematkan dalam perangkat, yang dalam hal ini diwakili oleh kapasitas RAM dan kecepatan prosesor.

Kapasitas RAM yang besar memungkinkan unit pengolah data dalam perangkat dapat menyimpan data yang lebih besar dalam tahap pemrosesan. Adapun kecepatan prosesor yang tinggi memungkinkan durasi yang lebih singkat dalam siklus kerja unit pemroses. Kedua hal ini (kapasitas RAM

dan kecepatan prosesor yang besar) akan meningkatkan kecepatan perangkat dalam melakukan pengolahan data. Saat ini, teknologi RAM telah memungkinkan banyak kanal, sementara teknologi prosesor telah memungkinkan banyak inti (*core*) dalam satu keping prosesor, sehingga kecepatan pengolahan data dapat digandakan lebih jauh lagi.

Terkait temuan adanya responden yang mendasarkan pilihan perangkat dengan melihat merek tertentu, hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna masih memiliki fanatisme terhadap merek tertentu. Contoh yang paling mudah untuk membuktikan fanatisme pengguna pada *brand* tertentu (khususnya *brand* perangkat elektronik) adalah keberadaan *fans* Apple (Hasan, 2016). Fenomena ini mirip dengan demam Blackberry yang pernah melanda Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa pasar perangkat TIK bergerak Indonesia masih dapat mengalami perubahan hanya dengan memperkuat *branding* dari pemegang merek perangkat tertentu di Indonesia.

Terungkapnya tiga faktor ini (kapasitas RAM, kecepatan prosesor, dan *brand*) sebagai faktor yang paling menentukan dalam pemilihan perangkat TIK bergerak, khususnya bagi angkatan kerja muda bidang TIK, menunjukkan sisi rasionalitas pengguna dalam memutuskan perangkat yang ingin dimilikinya. Pertimbangan yang rasional ini penting karena perangkat TIK bergerak memang dirancang dengan teknologi tinggi untuk memenuhi kebutuhan komputasi dan telekomunikasi yang kompleks dan dinamis saat ini. Istilah kompleks ini mengacu pada fenomena konvergensi teknologi yang terjadi pada perangkat keras dan lunak elektronik dewasa ini. Yakni, kemampuan komputasi,

telekomunikasi, dan pengelolaan data multimedia yang dijalankan oleh satu perangkat yang sama. Telepon pintar terkini menjalankan fungsi pemutar musik seperti radio, pemutar video seperti televisi, komunikasi suara seperti telepon, pengiriman pesan teks seperti *pager*, penelusuran informasi di internet seperti *browser* pada komputer, menangkap dan menampilkan data citra seperti kamera, dan fungsi-fungsi lainnya. Perangkat lainnya seperti komputer jinjing dan tablet juga menerapkan konvergensi digital seperti itu. Dengan demikian, mencuatnya faktor teknologi seperti kapasitas RAM dan kecepatan prosesor menunjukkan rasionalitas pemilihan perangkat TIK bergerak oleh pengguna karena sesuai dengan keunggulan dari sebuah perangkat, yaitu teknologinya. Hal ini memungkinkan suatu perangkat TIK bergerak memiliki kemampuan memproses instruksi yang kompleks.

Terkait faktor ketiga yang menempatkan *brand* sebagai faktor penentu preferensi pengguna maka rasionalitasnya harus mempertimbangkan hal yang melekat dengan *brand* tersebut di benak pengguna. Artinya, rasional atau tidaknya faktor ini ditentukan oleh kelebihan suatu *brand* atas *brand* produk sejenis. Jika suatu *brand* dikesankan sebagai produk dengan spesifikasi teknologi tinggi, maka pertimbangan memilih *brand* dapat dianggap rasional sesuai dengan tujuan penciptaan perangkat dan tren perangkat saat ini. Namun, jika sebuah *brand* dikesankan mampu mengangkat status sosial pemiliknya, maka dapat dikatakan bahwa pemilihan produk belum sepenuhnya berbasis pada pertimbangan rasionalitas. Kita dapat menganalogikannya dengan kepemilikan perangkat oleh seseorang yang tidak mampu menggunakan dan tidak membutuhkan banyak

fungsi teknologi tinggi dalam suatu perangkat, namun hanya untuk menunjukkan bahwa seseorang mampu membeli perangkat terkini yang berteknologi tinggi dan berasal dari *brand* ternama. Pertimbangan pemilihan perangkat seperti itu tentu saja lebih dapat dikatakan sebagai pertimbangan yang emosional daripada rasional (Lerner *et al.*, 2015).

Jika hasil penelitian ini dibandingkan dengan beberapa penelitian lain yang dilakukan di negara berkembang Asia-Afrika yang mirip dengan kondisi Indonesia, tampak bahwa pengguna perangkat TIK bergerak mengalami pergeseran preferensi dalam pemilihan perangkat. Tiga preferensi yang sering muncul adalah *brand*, harga, dan fitur produk (termasuk spesifikasi, namun tidak termasuk aplikasi terpasang). Semula, faktor penentu preferensi perangkat TIK berturut-turut adalah *brand*, harga, dan fitur perangkat (Siddiqui & Awan, 2008); lalu berubah menjadi harga, fitur produk, ketahanan perangkat, dan pengaruh sosial (Sata, 2013); kemudian menjadi fitur produk, harga, pengaruh sosial, dan *brand* (Rajasekaran *et al.*, 2018). Temuan penelitian ini sendiri dapat dikatakan mirip dengan temuan penelitian terakhir, karena kapasitas RAM dan kecepatan prosesor sama-sama merupakan bagian dari fitur produk dalam penelitian tahun 2018 tersebut (Rajasekaran *et al.*, 2018), kemudian diikuti oleh *brand* dan harga yang terpaut tipis. Hal yang menarik dari kemiripan temuan ini adalah bahwa terlepas dari perbedaan karakteristik responden penelitian, yaitu masyarakat umum (Rajasekaran *et al.*, 2018) dan kelompok angkatan kerja muda TIK, kedua kelompok ini sama-sama memilih fitur produk sebagai faktor utama penentu preferensi. Hal ini tentunya menjadi informasi

penting bagi pengembang perangkat TIK bergerak untuk memproduksi perangkat TIK yang sesuai dengan preferensi pengguna.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan beberapa hal terkait profil pengguna dalam kelompok angkatan kerja muda bidang TIK, profil kepemilikan perangkat, dan pertimbangan pengguna dalam memilih perangkat tersebut. Profil angkatan kerja muda bidang TIK didominasi oleh jenis kelamin laki-laki, kelompok usia 19 hingga 22 tahun, dengan tingkat pendidikan SMK. Jika ditinjau berdasarkan daerah asalnya, maka angkatan kerja muda bidang TIK dalam penelitian ini didominasi oleh responden dari Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang, dan Kabupaten Asahan. Komposisi terbesar (90%) penghasilan angkatan kerja muda bidang TIK dalam penelitian ini berada di bawah Rp1.000.000 per bulan dan tidak ada yang melebihi Rp3.000.000 per bulannya. Namun, dengan kondisi ekonomi tersebut ternyata kepemilikan perangkat TIK bergerak rata-rata adalah 1,5 unit per orang. Di antara responden bahkan ditemukan ada yang memiliki lima perangkat sekaligus. Harga perangkat rata-rata yang dimiliki setiap orang adalah Rp3.638.086. Harga perangkat total tertinggi yang dimiliki responden adalah Rp10.750.000. Angka-angka ini tentu mencengangkan jika dibandingkan dengan hasil survei mengenai penghasilan responden. Namun, kontradiksi ini kemudian terjawab dengan mencermati hasil survei terkait pertimbangan pengguna dalam memilih perangkat. Faktor-faktor yang mencerminkan kualitas teknologi perangkat seperti kapasitas RAM dan kecepatan prosesor menjadi pertimbangan utama dalam memilih perangkat. Faktor ketiga adalah *brand*.

Temuan lainnya adalah bahwa faktor harga hanya dipilih sebagai pertimbangan utama dengan persentase 14%. Dengan demikian, tingginya harga perangkat, apalagi dengan kepemilikan perangkat yang banyak, tidak menjadi masalah bagi pengguna. Faktor-faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam memilih perangkat ini juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna lebih mengedepankan pertimbangan rasional dalam memilih perangkat, dengan mengutamakan aspek teknologinya daripada status sosial tertentu.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra bestari dan rekan-rekan peneliti yang telah memberikan banyak masukan bagi penyempurnaan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2015). Metodologi Populasi Dan Sampel Penelitian. [uigm.ac.id](http://uigm.ac.id). Retrieved from [https://student.uigm.ac.id/assets/file/Materi/PERTEMUAN\\_7\\_-\\_POPULASI\\_DAN\\_SAMPEL\\_PENELITIAN.pdf](https://student.uigm.ac.id/assets/file/Materi/PERTEMUAN_7_-_POPULASI_DAN_SAMPEL_PENELITIAN.pdf)
- APJII. (2017). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017>
- Bagus, R. U. I. G. (2016). Teknik Sampling. Badung: Universitas Dhyana Pura. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30724.12160>
- BBC. (2014). Orang Indonesia pengguna ponsel nomor 1 di dunia. Retrieved June 5, 2014, from [http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/06/140605\\_majalah\\_ponsel\\_indonesia](http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/06/140605_majalah_ponsel_indonesia)
- BPS Kabupaten Deli Serdang. (2018).

- Kabupaten Deli Serdang dalam Angka 2017*. Deli Serdang. Retrieved from <https://deliserdangkab.bps.go.id/publication/2017/08/11/4c61c89f421d466921ba9730/kabupaten-deli-serdang-dalam-a>
- BPS Kabupaten Serdang Bedagai. (2018). *Kabupaten Serdang Bedagai dalam Angka 2017*. Serdang Bedagai. Retrieved from <https://serdangbedagaikab.bps.go.id/publication/2017/08/16/e349dc63318e9916feaa9b3d/kabupaten-serdang-bedagai>
- BPS Kota Medan. (2018). *Kota Medan dalam Angka 2017*. Medan. Retrieved from <https://medankota.bps.go.id/publication/2017/08/16/71ac9068bbb0b5dfcf4fd2f3/kota-medan-dalam-angka-2017.html>
- BPS Kota Tanjung Balai. (2016). *Kota Tanjung Balai dalam Angka 2016*. Tanjung Balai. Retrieved from <https://tanjungbalaikota.bps.go.id/publication/2016/07/15/1721eb9e0ed344e091d793a1/kota-tanjung-balai-dalam-an>
- Bray, J. (2008). *Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models*. Bournemouth: Bournemouth University Research Online. Retrieved from [http://eprints.bournemouth.ac.uk/10107/1/Consumer\\_Behaviour\\_Theory\\_-\\_Approaches\\_&\\_Models.pdf](http://eprints.bournemouth.ac.uk/10107/1/Consumer_Behaviour_Theory_-_Approaches_&_Models.pdf)
- Brown, R. V. (2012). Decision Theory as an Aid to Private Choice: Limitations, Contributions and Prospects. *SSRN Electronic Journal*, 7(2), 207–223. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2018187>
- Damarjati, T. (2016). Konsep Pembelajaran di Sekolah Menengah Kejuruan. Retrieved September 2, 2016, from <http://psmk.kemdikbud.go.id/konten/1869/konsep-pembelajaran-di-sekolah-menengah-kejuruan>
- Das, D. (2012). An Empirical Study of Factors Influencing Buying Behaviour of Youth Consumers Towards Mobile Hand Sets : A Case Study in Coastal Districts of Odisha. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 2(4), 68–82. Retrieved from <https://www.aijsh.com/shop/articlepdf/org/business/paper135.pdf>
- Deryadli. (2013). Kemenkominfo\_ Satu Orang Punya Lebih Dari Satu Telepon Genggam - Sriwijaya Post. Retrieved November 26, 2013, from <http://palembang.tribunnews.com/2013/11/26/kemenkominfo-satu-orang-punya-lebih-dari-satu-telepon-genggam>
- Detiknews. (2011). Polisi Periksa RIM Terkait Insiden Blackberry “Murah” di Pacific Place. Retrieved November 28, 2011, from <https://news.detik.com/berita/1777112/polisi-periksa-rim-terkait-insiden-blackberry-murah-di-pacific-place>
- Gfk. (2013). Press release \_ GfK Global. [Http://www.gfk.com](http://www.gfk.com), 1. Retrieved from <http://www.gfk.com/insights/press-release/tablet-and-laptop-markets-in-southeast-asia-report-uptrend-in-the-past-one-year-gfk/>
- Hasan, A. M. (2016). Kultus Merek di Lingkaran Milenial. Retrieved from <https://tirto.id/kultus-merek-di-lingkaran-milenial-b2XF>
- Hidayat, M. W. (2016). IDC Rilis Data Pasar Smartphone Indonesia 2015, Siapa Juara? Retrieved February 22, 2016, from <http://tekno.liputan6.com/read/2441541/idc-rilis-data-pasar-smartphone-indonesia-pada-2015-siapa-juara>
- Jemari, et al. (2017). Relationship between

- human capital and social capital towards social entrepreneurial intention among the public university students. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 4(12), 179–184. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2017.012.032>
- Katadata. (2016). Pengguna Smartphone di Indonesia 2016-2019 - Databoks. Retrieved August 8, 2016, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>
- Kenning, P., Hubert, M., & Linzmajer, M. (2012). Consumer Neuroscience. In V. Wells, G. Foxall, & R. Belk (Eds.), *Handbook of Developments in Consumer Behaviour Edited by* (pp. 419–450). Cheltenham: Edward Elgar. Retrieved from [http://users.uom.gr/~rtsiotsou/Tsiotsou&Wirtz\\_Consumer\\_Behavior\\_in\\_a\\_Service\\_Context\\_2012-04.pdf](http://users.uom.gr/~rtsiotsou/Tsiotsou&Wirtz_Consumer_Behavior_in_a_Service_Context_2012-04.pdf)
- Lerner, J., Li, Y., Valdesolo, P., & Kassam, K. S. (2015). Emotion and Decision Making: Online Supplement. *Annual Review Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115043>
- Malasi, J. M. (2012). Influence of Product Attributes on Mobile Phone preference among university students: A Case of Undergraduate students. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(6), 10–16. Retrieved from <http://hrmars.com/admin/pics/1270.pdf>
- Nuryanto, A. (n.d.). Statistik. Yogyakarta: uny.ac.id. Retrieved from <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/apri-nuryantospdstmt/statistik-apri.pdf>
- PIH Kominfo. (2014). Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja dalam Menggunakan Internet. Retrieved February 8, 2014, from [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers)
- Pinprayong, B. (2016). *ASEAN ICT Manpower: Case Study of Thailand, Indonesia, and Vietnam*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/305220348\\_ASEAN\\_ICT\\_Manpower\\_Case\\_Study\\_of\\_Thailand\\_Indonesia\\_and\\_Vietnam](https://www.researchgate.net/publication/305220348_ASEAN_ICT_Manpower_Case_Study_of_Thailand_Indonesia_and_Vietnam)
- Presidenri.go.id. (2016). Menambah SMK Meningkatkan Daya Saing. Retrieved April 6, 2016, from <http://presidenri.go.id/program-prioritas-2/menambah-smk-meningkatkan-daya-saing.html>
- Rajasekaran, R., Cindhana, S., & Priya, C. A. (2018). Consumers Perception and Preference Towards Smartphone. *ICTACT Journal on Management Studies*, 4(3), 788–792. <https://doi.org/10.21917/ijms.2018.0106>
- Raychaudhuri, P. S., & Mustafa, M. (2016). Factors Influencing Consumer Decision Making Process for Buying Converged Devices Like Smartphone and Tablet-Pc: A Literature Review. In *International Journal of Marketing Management* (Vol. 2, pp. 57–78).
- Ribeaux, P., & Popleton, S. E. (1978). *PSYCHOLOGY AND WORK: an introduction*. (A. Hale, Ed.) (1st ed.).

- 
- London: The McMillan Press Ltd.  
<https://doi.org/10.1007/978-1-349-15983-3>
- Sadewo, B. (2014). Indonesia Bukan Lagi “Negeri Blackberry” \_ Telset. Retrieved December 19, 2014, from <https://telset.id/88666/indonesia-bukan-lagi-negeri-Blackberry/>
- Saif, N., & Amad, M. (2012). Factors Affecting Consumers ' Choice of Mobile Phone Selection in Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 4(12), 16–27. Retrieved from <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/2471/2493>
- Sata, M. (2013). Factors Affecting Consumer Buying Behavior of Mobile Phone Devices. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(12), 103–112. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n12.p103>
- Siddiqui, F. A., & Awan, M. S. (2008). Analysis of Consumer Preference of Mobile Phones Through The Use of Conjoint Analysis. *Market Forces*, 3(4).
- Subramanyam, & Venkateswarlu. (2012). Factors Influencing Buyer Behaviour of Mobile Phone Buyers in Kadapa District-A Study. *Paripex - Indian Journal Of Research*, 1(November), 3–5. <https://doi.org/10.15373/22501991>