

BAB 3

PENGUMPULAN DATA

3.1 PENELITIAN PENDAHULUAN

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai perilaku konsumen Indonesia terhadap aktifitas mengunduh file lagu. Penelitian pendahuluan ini dilakukan dengan dua metode yaitu:

1. Melakukan wawancara berbentuk diskusi dengan pengguna internet yang sering mengunduh file lagu digital.
2. Melakukan analisa kualitatif komentar-komentar konsumen mengenai artikel maupun diskusi di beberapa forum yang membahas seputar permasalahan aktifitas mengunduh file lagu digital.
3. Melakukan studi literatur dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembajakan.

3.1.1 Proses Wawancara

Proses wawancara dilakukan untuk mencari dan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku responden dalam mengunduh lagu secara ilegal. Wawancara disini, tidak selalu dilakukan secara tatap muka tetapi juga melalui telepon, email, messenger, maupun facebook. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara merupakan pertanyaan terbuka seputar masalah pengunduhan lagu.

Berikut ini adalah kesimpulan dari jawaban responden yang diwawancara yang telah dilakukan:

1. Dari 15 responden, hampir seluruhnya mengaku suka mengunduh lagu dengan gratis atau ilegal. Bahkan salah seorang dari mereka yang berprofesi sebagai musisi pun ternyata suka mengunduh lagu secara gratis namun lagu yang diunduh hanya lagu-lagu dari musisi negara lain dan ia mengaku tidak tega untuk membajak lagu-lagu dari musisi lokal. Sedangkan dua dari responden tersebut mengaku beberapa kali mengunduh lagu dari OMS legal. Kebanyakan dari mereka bahkan tidak mengetahui adanya suatu toko musik

online di Indonesia. Salah seorang responden mengaku pernah ingin mencoba membeli file lagu digital melalui OMS, namun tidak jadi karena harus memiliki kartu anggota yang hanya dapat diperoleh di gerainya. Dan semenjak itu ia tidak pernah berniat untuk mencoba membeli file lagu digital melalui OMS karena menurutnya sangat merepotkan.

2. Hampir semua responden beranggapan bahwa aktivitas pengunduhan lagu dengan cara file-sharing tidak termasuk kategori pembajakan selama tidak untuk komersial/diperjual-belikan.
3. Menurut mereka, kualitas dari file lagu yang diperoleh dengan cara file-sharing tidak semuanya buruk. Bahkan terkadang ada saja file dengan kualitas yang bagus dan tidak jauh berbeda dengan file aslinya.
4. Untuk masalah harga, beberapa di antara mereka mengaku keberatan dengan harga yang ditawarkan saat ini. Bagi sebagian yang lain, harga yang ditawarkan saat ini sudah pantas untuk sebuah karya cipta yang sudah sepatutnya untuk dihargai. Namun harga disini tidak selalu terkait dengan masalah kemampuan. Karena dilihat dari segi kemampuan responden, hampir seluruhnya mampu untuk membeli file lagu digital asli. Bahkan ada beberapa responden yang berasal dari kelas menengah ke atas yang mengatakan bahwa selama file lagu digital masih disediakan secara gratis maka akan sangat disayangkan untuk disia-siakan.

3.1.2 Analisa Kualitatif Artikel dan Komentar-Komentar Konsumen

Selain dengan wawancara, penelitian pendahuluan juga dilakukan dengan analisa kualitatif dari artikel-artikel serta komentar-komentar pembaca artikel tersebut maupun komentar-komentar pada beberapa forum yang membahas mengenai aktivitas pengunduhan lagu atau file lagu digital secara online.

Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diambil melalui analisa kualitatif dari artikel:

1. Kurang maksimalnya upaya pemerintah dalam mengatasi masalah pembajakan musik di Indonesia, baik musik dalam bentuk fisik, maupun musik digital yang diunduh secara ilegal dari internet. UU No. 19 Tahun

2002 masih dinilai kurang melindungi Hak Cipta khususnya di bidang seni seperti musik.

2. Para pengunduh ilegal beranggapan bahwa dengan harga musik asli yang terlalu mahal maka sah-sah saja jika dibajak. Menurut mereka, hal ini tidak akan merugikan bagi artis karena menurut pandangan mereka para artis atau musisi yang karya lagunya dibajak sudah cukup kaya. Justru dengan file-sharing maka karya mereka akan menyebarluas dan bisa menjadi media promosi dan mencari popularitas. Jadi meskipun mereka tidak mendapat pemasukan dari penjualan CD, kaset maupun file lagu digital, mereka tetap bisa mendapatkan pemasukan dari tiket-tiket konser yang mereka adakan. Dan dengan menyebarnya lagu mereka di kalangan masyarakat tentunya lagu mereka akan populer dan tawaran untuk tampil pun pasti akan berdatangan. Bahkan ada kasus dimana artis atau labelnya sendiri yang menyebarkan dan meng-upload file bajakannya di internet seperti artis-artis indie, naif, dll.
3. Para pengunduh ilegal sebenarnya mengetahui bahwa mengunduh file lagu digital di internet secara gratis walaupun tidak untuk diperjual-belikan adalah tindakan ilegal. Ada juga yang berpendapat bahwa sebenarnya yang termasuk ilegal adalah kegiatan meng-upload atau sengaja menyebarkan atau mengedarkan file lagu digital tersebut tanpa izin dari pemegang Hak Cipta. Sedangkan kegiatan mengunduhnya, jika hanya untuk keperluan pribadi, bukan termasuk kegiatan ilegal.

3.1.3 Studi Literatur dari Jurnal-Jurnal Penelitian

Beberapa literatur mengatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pembajakan adalah faktor ekonomi. Dalam skala nasional, Maroon dan Steel (1997) mengemukakan bahwa pada tingkat nasional, tingkat pembajakan tergantung dari faktor ekonomi, kelembagaan, dan budaya. Suatu negara dengan sistem kelegalan atau hukum yang kuat memperlihatkan tingkat pembajakan yang lebih rendah. Sedangkan Hui dan Png (2002) melakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan keberadaan pembajakan musik terhadap penjualan musik secara legal. Mereka mendapati bahwa permintaan untuk musik legal akan meningkat jika harga turun. Konsumen lebih memilih untuk membeli barang

bajakan yang harganya lebih rendah dari harga barang asli bahkan dapat diperoleh secara gratis. Hal ini menjadi benar adanya mengingat daya beli (*ability to pay*) masyarakat Indonesia yang relatif rendah. Disamping daya beli, perlu dipertimbangkan juga mengenai kemauan untuk membeli (*willingness to pay* atau WTP). Sinha dan Mandel menguji kecenderungan untuk melakukan pembajakan (*tendency to pirate*) dengan cara langsung maupun tidak langsung. Ukuran tidak langsung dari *tendency to pirate* yang digunakan adalah WTP untuk pembelian secara legal. Jadi kecenderungan seseorang untuk melakukan pembajakan dalam bentuk file-sharing ilegal dapat dilihat dari besarnya WTP-nya terhadap file lagu digital asli yang disediakan oleh OMS. Secara logika pun dapat dibenarkan bahwa semakin kecil WTP seseorang untuk mengunduh file lagu digital asli maka semakin besar kemungkinannya atau kecenderungannya untuk melakukan pembajakan dengan cara file-sharing.

Chiang dan Assane (n.d.) menunjukkan bahwa pendapatan (*income*) dan persepsi terhadap resiko (*risk perception*) memegang peranan penting dalam menentukan WTP. Selain itu, mereka juga mendapati bahwa *ethics* juga mempengaruhi WTP. Penelitian ini menggunakan dua variabel *ethics* yaitu *fairness* dan *shut*. Variabel *fairness* digunakan untuk mengukur apakah seorang pelajar, selaku responden, meyakini bahwa pembajakan tidaklah adil (*fair*) untuk pemegang hak cipta. Sedangkan variabel *shut* digunakan untuk mengukur apakah website yang memfasilitasi pembajakan hak cipta harus di tutup.

Maria Styven (2007) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi WTP. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Intention-to-use Online Music Service*, *Customer Value* dan *Perceived Fairness of File Sharing* berpengaruh signifikan terhadap WTP. Selain itu, ia juga menggunakan variabel demografi (seperti jenis kelamin, dan usia), dan minat terhadap musik sebagai *moderating variable*.

Gambar 3.1. Model Maria Styven

Universitas Indonesia

3.2 IDENTIFIKASI VARIABEL (FAKTOR/KONSTRUK)

Berdasarkan studi literatur dan penelitian pendahuluan yang telah dilakukan, diperoleh faktor-faktor yang akan dianalisa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Intention to use*

Definisi *intention to use* adalah tujuan, maksud ataupun niat untuk menggunakan sesuatu. Faktor ini digunakan untuk melihat niat, kemungkinan atau kecenderungan konsumen untuk menggunakan OMS dalam mengunduh lagu secara legal. Semakin kecil *intention to use* OMS legal seorang konsumen, maka akan semakin besar kemungkinan dia untuk mengunduh secara ilegal dengan cara file-sharing.

2. *Willingness to pay*

Willingness to pay (WTP) adalah maksimum besarnya uang yang rela dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli file lagu digital asli disaat banyak produk bajakan disediakan secara gratis.

3. *Government concern*

Faktor ini menggambarkan persepsi konsumen terhadap keseriusan pemerintah yang diukur dari indikator kejelasan UU Hak Cipta yang telah dirumuskan, sosialisasi UU Hak Cipta serta ketegasan aparat pemerintah dalam menangani masalah pembajakan. Semakin tinggi persepsi konsumen mengindikasikan tingginya keseriusan pemerintah dalam mengatasi masalah pembajakan.

4. *Attitude toward illegal file-sharing*

Faktor ini menggambarkan sikap atau opini konsumen terhadap aktivitas mengunduh lagu dengan cara *file-sharing* ilegal. Faktor ini dapat diukur dari kelegalan *file-sharing* menurut konsumen, akibat *file-sharing* bagi artis apakah adil atau tidak. Semakin positif sikap konsumen terhadap *file-sharing* mengindikasikan sikap mendukung terhadap aktifitas ini. Sikap positif konsumen disini berarti bahwa konsumen tersebut menganggap bahwa *file-sharing* adalah suatu hal yang positif dan merasa bahwa *file-sharing* adalah aktivitas yang sah-sah saja untuk dilakukan.

5. *Customer value*

Customer value adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap produk berupa file lagu digital asli yang diunduh melalui OMS. Penilaian ini diukur dari segi harga yang ditawarkan, apakah sesuai atau tidak dengan keuntungan dan resiko yang akan diterima.

6. *Label & artist concern*

Faktor ini menggambarkan persepsi konsumen terhadap keseriusan pihak label maupun artis sebagai produsen dalam mengatasi masalah pembajakan. Faktor ini diukur dari indikator aktivitas kampanye anti pembajakan yang dilakukan, serta persepsi terhadap pemanfaatan media pembajakan oleh beberapa artis maupun label. Semakin tinggi persepsi konsumen mengindikasikan keseriusan yang tinggi dari pihak label dan artis dalam mengatasi masalah pembajakan.

7. *OMS promotion*

Faktor ini menggambarkan persepsi konsumen terhadap promosi yang dilakukan OMS.

8. *Risk perception*

Faktor ini menggambarkan persepsi atau kekhawatiran konsumen terhadap resiko-resiko mengunduh lagu melalui OMS.

9. *Advantage perception*

Faktor ini menggambarkan persepsi konsumen terhadap keuntungan-keuntungan atau kelebihan dari file lagu digital yang diunduh melalui OMS. Kelebihan yang diukur adalah kualitas audio yang lebih baik dan bebas dari virus.

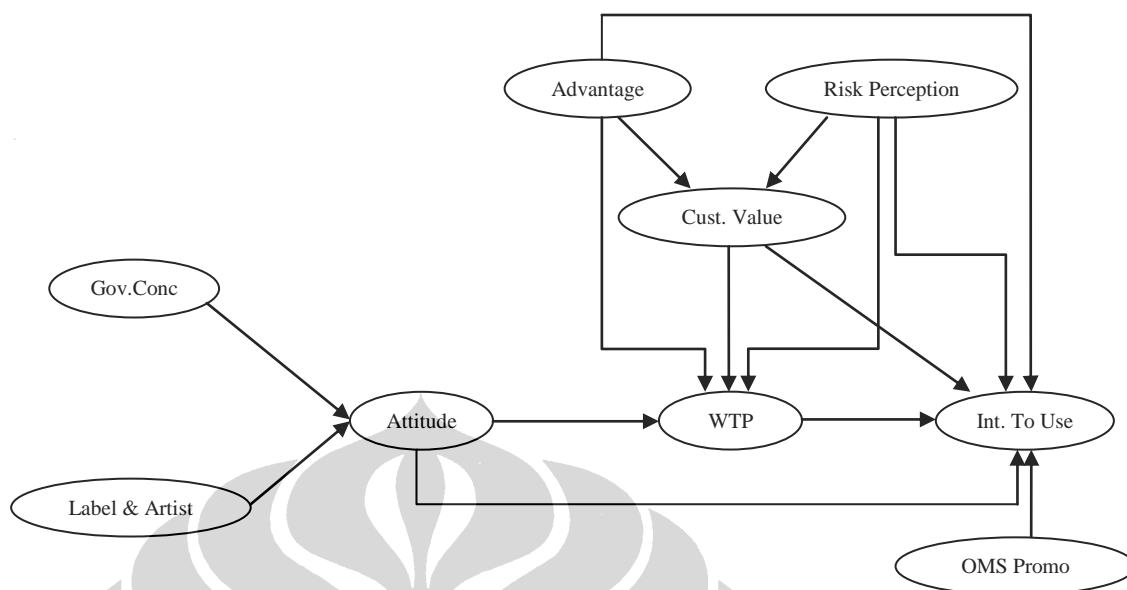
Tabel 3.1. Daftar Faktor dan Indikatornya

Faktor/Konstruk	Notasi	Indikator	Notasi
<i>Intention to use</i>	<i>Intention</i>	OMS dengan sistem bayar per judul lagu	INT1
		OMS dengan sistem bayar per album	INT2
		OMS dengan sistem pembayaran bulanan (berlangganan)	INT3
		Akses gratis ke situs dengan sponsor	INT4
		Pembayaran per judul lagu dari website artis	INT5

Tabel 3.1. Daftar Faktor dan Indikatornya (*lanjutan*)

Faktor/Konstruk	Notasi	Indikator	Notasi
<i>Willingness to pay</i>	WTP	WTP untuk lagu hit	WTP1
		WTP untuk lagu lama	WTP2
		WTP untuk lagu baru dari artis baru	WTP3
		WTP untuk album hit	WTP4
		WTP untuk album lama	WTP5
		WTP untuk berlangganan per bulan	WTP6
		Tidak akan membayar untuk musik digital	WTP7
<i>Customer value</i>	<i>Cust_Value</i>	Harga yang ditawarkan saat ini sudah sesuai	CV
<i>Advantage perception</i>	<i>Advantage</i>	Kualitas audio lebih terjamin	QUAL1
		File lagu digital asli bebas virus	QUAL2
<i>Risk perception</i>	<i>Risk</i>	Penyalahgunaan kartu kredit	RISK1
		Informasi kartu kredit online tidak lebih beresiko	RISK2
		Penyalahgunaan informasi pribadi	RISK3
		Tidak dapat mengembalikan lagu	RISK4
		Sulit dan membutuhkan waktu lama	RISK5
		Permasalahan pada koneksi internet	RISK6
		Membeli lagu yang salah	RISK7
		Mendownload software tertentu sebelum menggunakan OMS merepotkan / tidak praktis	RISK 8
<i>Attitude Toward Illegal File-Sharing</i>	<i>Attitude</i>	File-Sharing tidak melanggar hukum	ATT1
		File-Sharing menyebabkan tidak adanya dorongan bagi artis untuk membuat suatu karya	ATT2
		File-sharing berdampak positif terhadap artis	ATT3
		Artis seharusnya tidak mengharapkan pemasukan dari penjualan musik baik dalam bentuk file digital, CD maupun kaset	ATT4
<i>Government Concern</i>	<i>Gov_Concern</i>	Membuat undang-undang Hak Cipta yang jelas	GOV1
		Sosialisasi undang-undang Hak Cipta	GOV2
		Aparat pemerintah menindak tegas para pelaku pembajakan	GOV3
<i>OMS Promotion</i>	<i>Oms_Promo</i>	Promosi OMS di media massa	OMS
<i>Label & Artis Concern</i>	<i>LA_Concern</i>	Perusahaan Rekaman dan artis kampanye anti pembajakan di media masa	LABEL1
		Perusahaan rekaman memanfaatkan pembajakan untuk mencari keuntungan lebih	LABEL2
		Perusahaan rekaman hanya memikirkan keuntungannya sendiri	LABEL3
		Artis memanfaatkan pembajakan untuk mencari popularitas	LABEL4

3.3 PERUMUSAN MODEL



Gambar 3.2. Model Dugaan Industri Musik *Online* di Indonesia

3.4 HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah:

- H1: Willingness to pay memiliki pengaruh positif terhadap intention to use
- H2: Attitude memiliki pengaruh negatif terhadap intention to use
- H3: Customer value memiliki pengaruh positif terhadap intention to use
- H4: Advantage perception memiliki pengaruh positif terhadap intention to use
- H5: Risk perception memiliki pengaruh negatif terhadap intention to use
- H6: OMS promotion memiliki pengaruh positif terhadap intention to use
- H7: Attitude toward illegal file-sharing memiliki pengaruh negatif terhadap willingness to pay (WTP)
- H8: Customer value memiliki pengaruh positif terhadap willingness to pay (WTP)
- H9: Advantage perception memiliki pengaruh positif terhadap willingness to pay (WTP)
- H10: Risk perception memiliki pengaruh negatif terhadap willingness to pay (WTP)
- H11: Advantage perception memiliki pengaruh positif terhadap customer value

H12: Risk perception memiliki pengaruh negatif terhadap customer value

H13: Government concern memiliki pengaruh negatif terhadap attitude toward illegal file-sharing

H14: Label and artist concern memiliki pengaruh negatif terhadap attitude toward illegal file-sharing

3.5 PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner.

Sampel penelitian adalah konsumen yang suka mengunduh file lagu digital dari internet, baik itu secara legal maupun ilegal. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang diambil berdasarkan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah paling sedikit 170 (34 indikator dikali 5) responden.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan 2 cara, yaitu disebar dengan cara biasa dan melalui internet. Penyebaran kuesioner dengan cara biasa dilakukan di kampus UI Depok. Sedangkan penyebaran kuesioner melalui internet dilakukan via email, dan memasang *link* pada situs *facebook*. Kuesioner untukn disebar di internet dibuat khusus di eSurveys.com

Pengumpulan data dilakukan selama 3 minggu dari tanggal 20 Mei 2009 sampai 10 Juni 2009. Dari 111 respon yang masuk melalui eSurveys.com, hanya 66 data saja yang diisi secara lengkap. Dan dari 250 kuesioner yang disebar dengan cara biasa, hanya sekitar 201 yang kembali dan diisi dengan lengkap. Jadi, jumlah seluruh data yang terkumpul adalah sebanyak 267 data.