

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat pada zaman yang dinamis atau lebih tepatnya segala sesuatu harus dilakukan secara cepat, efektif dan efisien ini menuntut penciptaan solusi-solusi dari permasalahan yang kerap terjadi di masyarakat. Waktu yang tersedia dirasa belum cukup untuk sebagian besar masyarakat melakukan semua aktivitasnya. Dikejar-kejar oleh waktu membuat pekerjaan atau aktivitas masyarakat membutuhkan alat-alat canggih dan tentunya murah untuk digunakan.

Seperti halnya Tiket.com yang merupakan salah satu situs web pelayanan pemesanan tersukses dan banyak diminati di sektor *booking online* untuk *travel*, *event*, dan perhotelan. Tiket.com menjalin kerja sama bisnis dengan PT Kereta Api Indonesia dan berbagai maskapai penerbangan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses pembelian tiket melalui internet. Hal tersebut pastinya menjadi penyedia jasa yang sangat memudahkan masyarakat dalam bepergian di sela kesibukannya. Sejak didirikan pada tahun 2011, Tiket.com terus berkembang dan pada tahun 2013, dua tahun setelah didirikan, situs web ini berhasil meraup omzet hingga 13 kali lipat dari omzet tahun sebelumnya.

Kemudian pada pertengahan tahun 2015, Kota Jakarta dihebohkan dengan kemunculan perusahaan teknologi yang mengoperasikan transportasi angkut sepeda motor atau ojek berbasis aplikasi. Bukan hanya menyediakan jasa angkut sepeda motor atau mobil, ojek *online* juga menyediakan jasa bagi konsumennya untuk memesan makanan, mengirimkan barang dan sebagainya.

Kemunculannya pada saat itu memang menimbulkan pro dan kontra di masyarakat karena dirasa mengambil lahan pekerjaan ojek konvensional atau ojek pangkalan, namun sejatinya konsumen pasti akan lebih memilih menggunakan jasa yang dapat lebih memudahkan mobilitas mereka sehari-hari.

Dari pemaparan diatas terlihat bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada masa sekarang memungkinkan adanya otomatisasi di hampir semua bidang pekerjaan manusia. Lebih luasnya, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat mengantarkan kita ke masa revolusi digital atau revolusi industri 4.0. Industri 4.0 juga merupakan *trend* terbaru teknologi dengan pengaruh yang besar karena semakin berkembangnya kecerdasan buatan, perdagangan elektronik, data raksasa, teknologi finansial, hingga ekonomi berbagi yang pada dasarnya bertujuan untuk membuat kehidupan manusia dan lingkungannya menjadi lebih baik.

Menurut The Liang Gie (Ahmad, 2018) Teknologi tidak bisa dipisahkan dari masalah, karena pada hakikatnya teknologi lahir dan dikembangkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh manusia. Jadi, teknologi mempunyai peranan dalam memperluas dan memperbesar potensi manusia memenuhi kebutuhan praktisnya

Menurut Setiawan (2012: 13) Teknologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan produk baru, dimana dengan menggunakan teknologi yang canggih, perusahaan dapat menciptakan produknya menjadi lebih baik atau lebih inovatif. Keunggulan diferensiasi produk memiliki pengaruh yang

sangat besar, terutama pada perusahaan yang berteknologi tinggi, dimana hal ini ditunjukkan oleh beberapa keunggulan yang berbeda.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia versi *online* teknologi/tek·no·lo·gi/ /téknologi/ n 1 adalah 1 metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis; ilmu pengetahuan terapan; 2 keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Akan semakin optimal manfaat dari perkembangan teknologi apabila hal tersebut sejalan dengan respon masyarakat terhadap perkembangan teknologi secara terintegrasi dan komprehensif. Integrasi itu sendiri adalah pembauran hingga menjadi kesatuan yang utuh atau bulat (<https://kbbi.web.id/>).

Populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017, setidaknya begitu menurut laporan teranyar Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan masyarakat urban. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya. Angka ini menunjukkan potensi yang besar jika pelaku bisnis dapat memulai *go digital*.

Dikenal sebagai salah satu pasar *offline* terbesar di dunia, Indonesia saat ini tengah mempersiapkan *marketplace* yang siap bersaing secara *online*. Digitalisasi pun menjadi hal yang penting dilakukan untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia menjadi masyarakat digital. Digitalisasi ini tidak bisa dilakukan hanya satu sisi, dari konsumen maupun produsen saja, tetapi semua

sektor dan semua pihak agar Indonesia dapat menjadi negara yang terintegrasi dan siap untuk menghadapi globalisasi (Ameliah et al., 2018: 10).

Mengutip pernyataan Darmawan (2018: 79) “Dalam konteks ekonomi digital, meningkatnya jumlah pengguna internet tidak hanya akan membawa kesempatan yang menjanjikan, namun juga tantangan yang besar bagi bisnis. Di satu sisi, komunitas ekonomi digital akan mampu menciptakan pasar yang besar. Dapat dilihat bahwa semakin banyak sektor bisnis yang menggunakan media digital, terutama dalam strategi pemasaran. Namun, pembangunan ekonomi digital akan juga mengancam keberadaan usaha-usaha yang tidak mampu untuk mempertahankan diri dari gempuran transformasi baru dalam moda perekonomian di era digital. Hal ini tentu saja mengkhawatirkan bagi negara-negara berkembang, mengingat banyak negara berkembang yang terlambat dalam mengadaptasikan diri dengan arus perkembangan ekonomi di era digital yang sangat cepat. Konteks ekonomi digital juga tampaknya masih memiliki banyak lubang dan permasalahan krusial yang harus segera mulai ditangani untuk menghindari permasalahan yang jauh lebih besar di kemudian hari. Maka dari itu, diskusi dan pembicaraan seputar ekonomi digital sangatlah penting untuk digalakkan untuk dapat memaksimalkan peluang dan keuntungan, dan di saat yang bersamaan, harus dilakukan usaha antisipasi bagi kemungkinan-kemungkinan terburuk.”

Perkembangan teknologi juga harus diiringi dengan kecerdasan masyarakat dalam menggunakan perangkat teknologi, ketika teknologi semakin berkembang dan terintegrasi, pengguna teknologi sudah sepatutnya digunakan

secara baik dan benar sehingga tidak akan terjadinya penggunaan teknologi yang menyimpang.

Seperti yang dikutip dalam Rinandiyana et. al (2018: 3) “pada saat ini remaja di Indonesia telah disuguhkan dengan berbagai fasilitas-fasilitas teknologi modern seperti halnya *gadget* yang menyediakan berbagai aplikasi media sosial didalamnya. Diantaranya : *facebook, twitter, youtube, instagram, path* dan lain sebagainya secara bebas. Jika fasilitas-fasilitas teknologi ini tidak dapat dimanfaatkan dan digunakan dengan sebaik-baiknya maka dampak negatiflah yang akan timbul dan mempengaruhi masyarakat.”

Menurut Belshaw (2011) secara umum literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan serta memahami pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, misalnya dalam mendukung dunia pendidikan dan ekonomi.

Pemanfaatan dari teknologi pada perusahaan sudah seharusnya diimbangi dengan literasi digital sehingga manfaat dari teknologi itu sendiri dapat diserap secara optimal. Perusahaan yang sudah menerapkan atau mengadopsi teknologi akan lebih mudah dalam menjalankan operasional perusahaannya dengan syarat dalam menggunakan teknologi pengguna harus dapat memahami dan mengerti bagaimana penggunaannya agar manfaat dari alat atau layanan tersebut dapat dirasakan secara maksimal.

Dalam dunia bisnis, pengintegrasian teknologi dan pemahaman mengenai pemakaiannya bisa menjadi senjata bagi pelaku usaha untuk selangkah lebih depan dibandingkan dengan pesaingnya atau disebut juga keunggulan kompetitif. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 269) keunggulan kompetitif adalah

keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada tawaran pesaing. Madique dan Patch (Anatan dan Ellitan, 2018: 28) mengemukakan, bahwa kehadiran teknologi merupakan kekuatan kritis dalam lingkungan kompetitif. Menurut Morone (Anatan dan Ellitan, 2018: 28) Teknologi merupakan sumber kekuatan kompetitif dan menurut Stacey dan Ashton (Anatan dan Ellitan, 2018: 28) kemajuan teknologi akan memainkan peran penting dalam mencapai kemampulabaan jangka Panjang. Teknologi juga diidentifikasi sebagai faktor yang memberikan kontribusi terhadap keberhasilan operasi usaha (Higgins dalam Anatan dan Ellitan, 2018: 28).

Pemanfaatan teknologi pun bukan hanya bisa digunakan pada aktivitas yang serius seperti bekerja saja, namun bisa juga digunakan untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan hiburan. Ketika kehidupan masyarakat sudah cukup dibuat runyam dengan berbagai aktivitas yang menguras otak, jiwa dan raga, sudah sepatutnya masyarakat pun diberikan fasilitas hiburan yang akan meng-*upgrade* semangat dan menghasilkan ide-ide baru dalam menghadapi kesehariannya kembali. Salah satu hiburan yang diminati karena cukup terjangkau oleh banyak orang dari segi waktu dan biaya adalah menonton film di bioskop. Aktivitas hiburan ini memungkinkan seseorang untuk *refreshing* dengan waktu yang cukup cepat yaitu hanya membutuhkan dua sampai tiga jam saja, dan biaya yang juga cukup murah.

Cinema 21, merupakan kelompok bioskop terbesar di Indonesia yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini tentu saja hasil dari pengembangan berkelanjutan yang dilakukan perusahaan agar dapat memenuhi permintaan pasar

dan memberikan pelayanan terbaik untuk para pecinta film. Untuk menyempurnakan pelayanan kepada penonton, *Cinema 21* menyediakan layanan dalam proses pembelian tiket agar tidak perlu mengantri di bioskop. M-Tix adalah sebuah layanan pembelian tiket bioskop untuk jaringan *21* dan *XXI* secara *online*. Layanan ini bisa diakses melalui website atau aplikasi *Cinema 21* (Android atau iOS) sehingga para pelanggan tidak perlu repot-repot pergi ke bioskop beberapa menit sebelum film dimulai dan mengantri panjang untuk mendapatkan tiket yang ingin ditontonnya.

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan kepada masyarakat di berbagai aktivitas sehari-hari seperti berkomunikasi, membeli barang, memesan tiket, hingga bertransaksi hanya dengan menggunakan telepon seluler. Kemudahan tersebut tidak terlepas dari penggunaan teknologi yang terintegrasi dan bagaimana masyarakat mulai belajar dan menyesuaikan diri dengan era digital.

Namun sayangnya, di *Cinema 21* Tasikmalaya masih ada beberapa konsumen yang belum memanfaatkan dan mengerti bagaimana cara menggunakan layanan M-Tix. Hal ini dilihat dari masih ada konsumen yang menggunakan sistem antri bahkan menggunakan jasa titip dalam membeli tiket yang membutuhkan biaya yang lebih besar.

Dari permasalahan diatas, pada saat ini belum diketahui bagaimana pengaruh dari pengintegrasian teknologi yang diiringi dengan literasi digital yang dilakukan oleh *Cinema 21* terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Maka dari itu, penulis pun tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh

mana **“Pengaruh Integrasi Teknologi dan Literasi Digital terhadap Keunggulan Bersaing” (Kasus pengguna layanan M-Tix di *Cinema 21* Tasikmalaya).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana integrasi teknologi di *Cinema 21* Tasikmalaya.
2. Bagaimana literasi digital di *Cinema 21* Tasikmalaya.
3. Bagaimana keunggulan bersaing bagi *Cinema 21* Tasikmalaya.
4. Sejauh mana pengaruh integrasi teknologi dan literasi digital terhadap keunggulan bersaing di *Cinema 21* Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Integrasi teknologi di *Cinema 21* Tasikmalaya.
2. Literasi digital di *Cinema 21* Tasikmalaya.
3. Keunggulan bersaing di *Cinema 21* Tasikmalaya.
4. Pengaruh integrasi teknologi dan literasi digital terhadap keunggulan bersaing pada *Cinema 21* Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Pengembangan Ilmu

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi ke khasanah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh integrasi teknologi dan literasi digital terhadap keunggulan bersaing pada *Cinema 21* Tasikmalaya.

1.4.2 Penerapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan khususnya mengenai operasi perusahaan, dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap fenomena yang terjadi berdasarkan metode ilmiah, yang diharapkan memberikan manfaat mengenai pengaruh integrasi teknologi dan literasi digital terhadap keunggulan bersaing pada *Cinema 21* Tasikmalaya.

1. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dan memperoleh suatu pembelajaran dan pemahaman yang lebih mendalam baik dalam teori ataupun dari penelitian dan pembahasan masalah yang dibahas.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan agar bisa dapat menghasilkan kesimpulan yang baik dan manfaat menjadi lebih positif bagi perusahaan yang bersangkutan dalam mengadakan perbaikan serta kinerjanya pada bidang yang diteliti.

3. Bagi pihak lain

Semoga dapat bermanfaat bahan pembelajaran serta pemahaman dan masukan bagi peneliti agar bisa lebih baik lagi dalam melakukan penelitian selanjutnya, khususnya dalam penyajian dan penyampaian topik-topik yang telah dibahas dalam penelitian.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Cinema 21* Tasikmalaya yang berada di Plaza Asia lantai G., Jl, HZ Mustofa no 326 Kota Tasikmalaya. Waktu penelitian ini akan dilakukan dari bulan september sampai dengan februari 2019 dengan jadwal terlampir.