BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan platform kecerdasan buatan generatif (*Generative Artificial Intelligence*, GenAI) telah berkembang menjadi salah satu inovasi teknologi paling signifikan di era digital dan telah menciptakan ekosistem yang dinamis dan kompetitif. Sejak peluncuran ChatGPT oleh OpenAI pada November 2022 yang berhasil menarik 100 juta pengguna aktif bulanan hanya dalam dua bulan [1], berbagai perusahaan teknologi berlomba-lomba meluncurkan platform AI generatif masing-masing seperti Google DeepMind menghadirkan Gemini, Microsoft mengintegrasikan Copilot berbasis GPT-4, serta Deepseek dan Claude dari Anthropic turut memperebutkan pangsa pasar yang terus tumbuh. Per 2026, ChatGPT tetap menjadi pemimpin pasar chatbot AI generative global meskipun pertumbuhannya mulai tergerus oleh kompetitor [2]. Pasar AI generatif global diproyeksikan tumbuh dari USD 22,21 miliar pada 2025 menjadi USD 324,68 miliar pada 2033 dengan laju pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 40,8% [3]. Intensitas persaingan ini mendorong pengguna untuk terus mengevaluasi dan membandingkan platform, yang pada akhirnya memunculkan fenomena perpindahan pengguna antar platform AI generatif.

Fenomena perpindahan pengguna (*user switching*) antar platform digital merupakan ancaman nyata bagi keberlangsungan bisnis platform. *Switching intention* merujuk pada kecenderungan pengguna untuk meninggalkan platform yang sedang digunakan dan beralih ke platform alternatif akibat kombinasi ketidakpuasan terhadap platform asal dan daya tarik platform tujuan [4]. Perpindahan yang meluas berujung pada *relationship dissolution* dan melemahnya loyalitas platform karena rendahnya switching costs mengurangi kemampuan penyedia layanan mempertahankan penggunanya [5]. Bagi pengguna sendiri, perpindahan membawa konsekuensi berupa biaya waktu dan tenaga untuk beradaptasi dengan platform baru (*re-learning curve)*, serta tekanan psikologis akibat hilangnya keterkaitan dengan platform lama [5]. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang membentuk *switching intention*

pengguna menjadi krusial, bagi pengembang platform maupun bagi pengguna dalam mengambil Keputusan perpindahan secara rasional.

Adopsi AI generatif secara global telah mencapai skala yang belum pernah ada sebelumnya, dengan 78% organisasi di dunia telah menggunakannya pada 2024 dan melonjak dari 55% pada 2023. Berdasarkan *Global Student Survey* yang dilakukan Chegg terhadap 11.706 mahasiswa dari 15 negara, 95% mahasiswa di Indonesia menggunakan AI generatif dalam proses pembelajaran, melampaui rata-rata global sebesar 80% [6]. Temuan tersebut dikonfirmasi oleh *ASEAN Digital Outlook* yang mencatat 95,25% siswa Indonesia sebagai kelompok pengguna AI generatif tertinggi di seluruh kawasan ASEAN [7]. Tingginya Tingkat adopsi ini menjadikan Indonesia sebagai pasar AI generatif yang sangat aktif, sekaligus pasar yang paling rentan terhadap dinamika perpindahan antar platform AI generatif.

Di antara seluruh kelompok pengguna AI di Indonesia, mahasiswa merupakan segmen yang paling mendesak untuk dikaji. Berdasarkan Survei Tirto dan Jakpat pada Mei 2024 yang melibatkan 1.501 responden menemukan bahwa 86,21% pelajar dan mahasiswa di Indonesia menggunakan bantuan AI minimal sekali dalam sebulan untuk menyelesaikan tugas akademik [8]. Penelitian terdahulu pada mahasiswa Korea Selatan dan Tiongkok menemukan bahwa perpindahan platform AI generatif yang tidak terencana dapat menimbulkan dampak yang berlapis, yaitu meningkatnya eksposur terhadap risiko *information hallucination* dari platform baru yang belum teruji, terganggunya konsistensi produktivitas akademik, serta munculnya biaya adaptasi ekosistem baru (*switching cost*) berupa waktu dan energi yang harus dikeluarkan mahasiswa untuk mempelajari ulang cara kerja platform baru [4][9][5]. Fenomena ini relevan untuk dikaji dalam konteks Indonesia mengingat tingginya tingkat adopsi AI generatif di kalangan mahasiswa di Indonesia sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Urgensi ini semakin diperkuat oleh fakta berdasarkan survei GoodStats yang menyatakan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-5 pengguna ChatGPT terbanyak di dunia pada 2025 [10]. Dengan tingginya intensitas penggunaan tersebut, potensi perpindahan platform pada mahasiswa di Indonesia turut membuka peluang munculnya dampak serupa dengan temuan

penelitian terdahulu. Namun demikian, kajian empiris mengenai faktor penentu *switching intention* platform AI generatif di kalangan mahasiswa di Indonesia sama sekali belum tersedia.

Beberapa penelitian telah berupaya mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *switching intention* pengguna platform digital menggunakan kerangka PPM. Zhou dan Li menguji *switching intention* antar platform AI generatif pada 376 responden di Tiongkok dan menemukan bahwa *information hallucination* (β = 0,284) dan *privacy risk* (β = 0,384) secara signifikan memengaruhi *dissatisfaction*, sedangkan *perceived interactivity* dan *perceived personalization* memengaruhi *user experience* ; keduanya secara positif memengaruhi *switching intention* [4]. Jo dan Park meneliti *switching intention* pengguna sistem ERP di Korea Selatan dan menemukan *Information Quality* sebagai antesedan kepuasan paling dominan, serta *Alternative Attractiveness* sebagai prediktor terkuat *switching intention* (β = 0,709, p < 0,001) [9]. Zhou membuktikan bahwa *System Quality* dan *Information Quality* merupakan *push factor* utama dalam perpindahan pengguna antar *mobile store* [11]. Chang dan Chiu mengkonfirmasi bahwa *attractiveness of alternatives* secara konsisten signifikan sebagai indikator PPM pada konteks layanan OTT di Taiwan [12]. Di Indonesia, Lisana mengkonfirmasi relevansi faktor *push*, *pull*, dan *mooring* dalam *switching intention* mahasiswa di Indonesia terhadap platform *mobile learning* pada 616 responden [13].

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, terdapat tiga gap penelitian yang belum terjawab. Pertama, seluruh penelitian *switching intention* pada platform AI generatif yang ada dilakukan di luar Indonesia, khususnya di Tiongkok dan Korea Selatan [4][9], sehingga generalisasi temuan-temuan tersebut ke konteks Indonesia memerlukan pengujian empiris tersendiri. Kedua, model PPM Zhou dan Li belum memasukkan variabel *System Quality* dan *Information Quality* dari *IS Success Model* (DeLone & McLean), meskipun kedua variabel tersebut telah terbukti relevan pada studi Jo dan Park serta Zhou [9][11]. Ketiga, *Alternative Attractiveness* yang secara konsisten terbukti sebagai prediktor terkuat *switching intention* dalam berbagai penelitian terdahulu tidak dieksplorasi dalam model Zhou dan Li [4]. Ketiga gap

penelitian tersebut menunjukkan bahwa determinan *switching intention* pengguna platform AI generatif dikalangan mahasiswa di Indonesia, khususnya peran System Quality, Information Quality, dan Alternatif Attractiveness belum terjawab secara empiris.

1.2. Rumusan Masalah

Faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa di Indonesia berpindah antarplatform AI generatif berbasis teks masih bertumpu pada bukti empiris dari konteks negara lain, yaitu Tiongkok dan Korea Selatan. Model *Push-Pull-Mooring* yang menjadi acuan pun mengabaikan System Quality dan Information Quality sebagai pendorong ketidakpuasan, serta mengabaikan Alternative Attractiveness sebagai daya tarik platform pesaing. Akibatnya, penyebab sesungguhnya dari niat berpindah mahasiswa di Indonesia antarplatform AI generatif berbasis teks masih bersifat asumtif dan tidak dapat dijelaskan secara tepat.

1.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, ditetapkan Batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti niat beralih platform AI generatif (*switching intention)*, bukan perilaku berpindah yang sudah terjadi secara *actual (actual switching behavior).*
2. Objek penelitian adalah platform AI berbasis teks (chatbot AI) seperti ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot, dan DeepSeek. Platform AI generatif berbasis gambar (seperti Midjourney dan DALL-E) maupun berbasis video tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.
3. Responden penelitian adalah pengguna platform AI generatif di Indonesia yang telah menggunakan minimal lebih dari satu platform AI generatif dan mengetahui keberadaan platform AI generatif alternatif.
4. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga hanya menggambarkan kondisi persepsi dan niat berpindah pengguna pada satu titik waktu selama periode pengumpulan data, buka perkembangan dinamis dissatisfaction dan switching intention dari waktu ke waktu.

5. Model penelitian dibatasi pada Dua belas konstruk yang diadaptasi dari kerangka *Push-Pull-Mooring* dan dua dimensi *IS Success Model* (*System Quality* dan *Information Quality*), yaitu *Information Hallucination, Privacy Risk, System Quality, Information Quality, Dissatisfaction, Perceived Interactivity, Perceived Anthropomorphism, Perceived Personalization, User Experience, Alternative Attractiveness,* dan *Switching Costs* sebagai variabel moderator. Selain kesebelas variabel tersebut, Switching Intention turut digunakan sebagai variabel dependen utama (variabel terikat) dalam model penelitian ini. Variabel lain yang berpotensi relevan namun berada di luar cakupan penelitian ini, seperti *privacy concern, perceived benefit, social influence,* dan *habit* tidak diuji dalam model ini.
6. Switching Costs dalam penelitian ini dibatasi pada dimensi usaha (*effort*) yang dipersepsikan pengguna untuk berpindah platform, mencakup waktu, tenaga, dan kerepotan beradaptasi dengan platform baru. Dimensi biaya finansial tidak menjadi fokus pengukuran, mengingat mayoritas platform AI generatif yang diteliti dapat diakses secara gratis oleh mahasiswa.
7. Seluruh data penelitian bersifat *self-report* melalui kuesioner daring, sehingga hasil penelitian berpotensi dipengaruhi oleh *social desirability bias* dan subjektivitas persepsi responden, bukan observasi perilaku langsung. Temuan penelitian ini juga merefleksikan kondisi pasar dan fitur platform AI generatif pada periode pengumpulan data sehingga perubahan fitur, harga, atau kebijakan platform di masa mendatang berpotensi mempengaruhi relevansi temuan dalam jangka Panjang.
8. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang bersifat non-probabilitas, sehingga hasil penelitian valid untuk menguji dan menganalisis hubungan antarvariabel pada karakteristik responden yang diteliti, tetapi tidak dapat digunakan sebagai dasar generalisasi statistic terhadap seluruh populasi mahasiswa di Indonesia.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beralih (*switching intention*) mahasiswa di Indonesia antarplatform AI generatif berbasis teks. Untuk menjawab permasalah tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka *Extended Push-Pull-Mooring* (PPM), yaitu kerangka yang menjelaskan Keputusan berpindah melalui tiga kekuatan simultan berupa faktor pendorong dari platform asal *(push),* faktor penarik dari platform tujuan *(pull),* dan faktor penambat yang menghambat atau memfasilitasi perpindahan *(mooring).* Kerangka PPM tersebut diperluas dengan mengintegrasikan konstruk *System Quality* dan *Information Quality* dari *IS Success Model* DeLone dan McLean sebagai *push factor* berbasis kualitas teknis, serta menambahkan *Alternative Attractiveness* sebagaib *pull factor* langsung.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori *Push-Pull-Mooring (PPM)* dalam konteks platform AI generatif di Indonesia dengan mengintegrasikan variable *System Quality*, *Information Quality*, dan *Alternative Attractiveness* ke dalam model yang sudah ada. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji perilaku switching pengguna teknologi AI, khususnya di kawasan Asia Tenggara.

b. Manfaat bagi Pengguna Platform AI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengguna platform AI generatif di Indonesia untuk lebih memahami faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan seperti kualitas sistem, keamanan data, dan daya Tarik platform alternatif dalam pengambilan Keputusan untuk memilih atau berpindah platform AI generatif.

c. Manfaat bagi Pengembang Platform AI

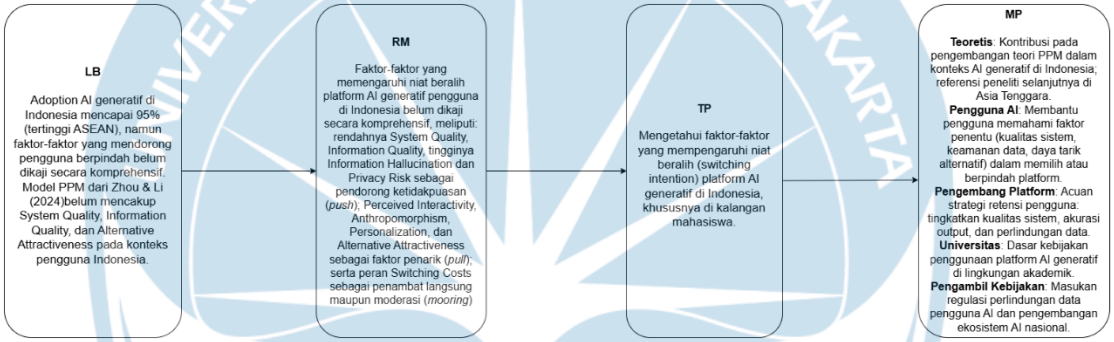
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pengembang platform AI generatif sebagai acuan dalam merancang strategi retensi pengguna, khususnya dengan meningkatkan kualitas sistem, akurasi *output*, dan

perlindungan data pengguna agar pengguna tidak beralih ke platform kompetitor.

d. Manfaat bagi Pengambil Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa Ketika berpindah antarplatform AI generatif. Gambaran tersebut dapat menjadi salah satu bahan masukan deskriptif bagi pengambil kebijakan di bidang teknologi digital, dengan catatan bahwa penelitian ini tidak menguji efektivitas kebijakan maupun regulasi apa pun.

1.6. Bagan keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan