

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *attitude*, *perceived behavioral control*, dan *moral obligation* pada *intentions* pembajakan produk digital (studi kasus: *Software*, DVD, CD, MP3, VCD). Penelitian ini menggunakan sampel konsumen yang mengetahui tentang pembajakan produk digital.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner. Responden yang layak untuk dianalisis yaitu sebanyak 236 responden. Responden yang dipilih semuanya merupakan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji data dan instrumen penelitian adalah uji *outlier*, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda dan regresi sederhana.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude* mempunyai pengaruh sebesar 38% pada *intentions*; *perceived behavioral control* juga mempunyai pengaruh sebesar 22,6% pada *intentions*; *moral obligation* mempunyai pengaruh sebesar 33,5% pada *intentions*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa uji model bersama mempunyai pengaruh yang paling besar pada *intentions* yaitu

sebesar 49,1%.

Jadi simpulan penelitian ini adalah agar seseorang mempunyai *intentions* negatif pada pembajakan produk digital maka ketiga faktor ini harus dioperasikan secara bersamaan.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi untuk berbagai macam pihak, yaitu perusahaan, pemerintah dan masyarakat.

Bagi perusahaan, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran (meningkatkan penjualan produk digital yang legal dan mengurangi tingkat pembajakan produk digital) dengan lebih baik lagi dengan adanya pengetahuan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *intentions* pembajakan produk digital akan lebih maksimal jika dilaksanakan secara simultan atau bersamaan. Sebagai contoh, menumbuhkan *attitude* positif terhadap produk digital yang legal dengan cara memberikan bonus hadiah untuk setiap pembelian produk digital legal. Hal ini juga harus dibarengi dengan mengimplementasikan faktor-faktor yang lain secara simultan, seperti *perceived behavioral control* dan *moral obligation*.

Bagi pemerintah, langkah praktisnya adalah menumbuhkan kesadaran (sikap) untuk menggunakan produk digital yang legal di kalangan pemerintah yang dilakukan secara bersamaan dengan penegakan hukum yang lebih tegas dan transparan di bidang perekonomian khususnya dan

mengenenakan biaya tambahan atas kepemilikan perangkat yang memperbesar kemungkinan seseorang untuk melakukan pembajakan produk digital.

Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini masyarakat luas yang terdiri dari lembaga-lembaga pendidikan, keluarga, dll dapat mempraktekkan dalam kesehariannya bahwa untuk memiliki produk digital yang legal tidaklah harus membajak. Masyarakat juga dapat menumbuhkan *attitude* yang positif terhadap produk digital yang legal dengan menggunakan *softwares* yang bersifat *opensource* atau gratis.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- a) Peneliti tidak meneliti *behavior* / perilaku konsumen.
- b) Kurangnya faktor-faktor yang mempengaruhi *intentions* seseorang.
- c) Responden yang dipilih hanya berasal dari kalangan mahasiswa.
- d) Produk digital dalam penelitian ini terdiri dari; *software* komputer, DVD film, CD *musik*, MP3, dan VCD film. Hal ini menyebabkan fokus penelitian ini terlalu luas.

5.4 Saran

- Sebaiknya menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi *intentions*. Contoh: kesadaran produk digital bajakan (*digital piracy awareness*) dalam benak konsumen. Hal ini dikarenakan ada banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa CD audio atau DVD film

yang mereka beli adalah produk digital bajakan hanya karena mereka membelinya di mall-mall dan pusat perbelanjaan. Ada kesan bahwa “*mana mungkin menjual barang-barang yang melanggar hukum di mall!?*”.

- Sebaiknya penelitian berikutnya menggunakan responden yang lebih bervariasi agar bisa diketahui niat pembajakan produk digital dari berbagai lapisan masyarakat.
- Sebaiknya penelitian berikutnya juga meneliti pengaruh *intentions* pada *behavior*.
- Sebaiknya penelitian berikutnya hanya meneliti pembajakan produk digital tertentu saja. Sebagai contoh DVD film saja, atau CD musik saja. Hal ini agar dapat diketahui niat pembajakan yang lebih spesifik dan akurat terhadap produk digital tertentu.