

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1. Kesimpulan

Melalui penelitian dengan menggunakan kuesioner hingga wawancara mendalam untuk menggali lebih rinci mengenai pengaruh dari sikap umum untuk menggunakan kecerdasan buatan (AI) atau GAAIS terhadap niat untuk terus menggunakan (AI) atau *continuance intention* (CI), diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Sikap pekerja secara keseluruhan telah menunjukkan adanya penerimaan yang positif terhadap kecerdasan buatan atau AI.

Hal tersebut dibuktikan dengan mayoritas indikator pertanyaan dari variabel GAAIS yang mendapatkan predikat “baik” secara keseluruhan, serta hanya 2 indikator dari dimensi positif yang mendapatkan kategori “cukup” yakni G1 dan G10 dan 1 indikator dari dimensi negatif yakni G19. Responden sendiri secara keseluruhan memiliki penerimaan dan pandangan yang baik terhadap kecerdasan buatan atau AI, terbukti dari indikator G2 dimana responden merasa bahwa AI dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi Indonesia, serta pada indikator G15 dan G16 dimana responden tidak merasa AI menyeramkan dan berbahaya. Meskipun pada indikator negatif juga mendapatkan kategori “baik” yang menunjukkan masih adanya ketakutan akan AI di masa depan serta adanya keragu-raguan pada beberapa indikator yang mendapatkan predikat “cukup” namun secara keseluruhan responden sendiri menyikapi teknologi AI ini dengan baik. Adapun, penerimaan baik dari responden sendiri disebabkan karena pemahaman mereka mengenai manfaat dan kegunaan dari teknologi AI, hal ini dibuktikan dengan indikator G9 yang menyatakan bahwa

responden memahami bahwa teknologi AI membawa banyak manfaat pada kehidupan.

- 2) Pekerja secara keseluruhan memiliki niat untuk terus menggunakan kecerdasan buatan atau AI

Niat untuk terus menggunakan teknologi AI sendiri mendapatkan predikat “sangat baik” pada penelitian, bahkan hanya 1 indikator yang mendapatkan predikat “baik” yakni C12. Secara umum responden sendiri menyatakan memiliki niat untuk menggunakan teknologi dan berbasis AI di masa mendatang, tidak hanya itu, melalui penelitian ini, ditemukan bahwa responden juga sangat menyarankan orang lain untuk menggunakan teknologi dan aplikasi AI. Hal ini menunjukkan adanya keinginan dan hasrat dari responden untuk terus mengaplikasikan teknologi AI serta melibatkan AI dalam kehidupan sehari - harinya yang dijelaskan juga pada indikator C12.

- 3) Adanya pengaruh antara sikap umum untuk menggunakan teknologi AI terhadap niat untuk terus menggunakan AI tersebut

Mengacu pada hasil hipotesis dimana ditemukan bahwa H1 diterima yakni “Sikap umum menggunakan kecerdasan buatan (AI) mempengaruhi niat untuk terus menggunakan (AI) tersebut” atas hasil uji signifikansi dan uji T. Membuktikan bahwa adanya benang penghubung dari kedua variabel yang diteliti. Hal ini juga didukung dengan hasil dari uji regresi linear yang bernilai positif $Y = 7.47 + 0.07 X$. Dimana diinterpretasikan bahwa setiap satu poin dari GAAIS akan meningkatkan niat untuk terus menggunakan teknologi AI. Selain itu, variabel dari GAAIS sendiri juga memiliki porsi pengaruh yang besar ada niat untuk terus menggunakan yakni besar 30.7% (koefisien determinasi).

Maka dari itu, melalui poin - poin di atas, dapat kita simpulkan bahwa dengan adanya penerimaan yang baik atau sikap umum yang baik terhadap teknologi AI, akan memunculkan niat untuk terus menggunakan AI tersebut. Sebaliknya, ketika seseorang memiliki sikap umum yang cenderung negatif, maka mereka juga tidak akan memiliki keinginan untuk terus menggunakan teknologi AI tersebut di kemudian hari. Penemuan ini menunjukkan adanya pengaruh penting faktor psikologis seseorang, yang konteksnya sikap umum, terhadap keinginan mereka untuk mengadopsi atau menggunakan sesuatu.

4.2. Rekomendasi

Berdasarkan pembahasan dari hasil temuan yang didapatkan oleh peneliti tentang pengaruh *General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale* (GAAIS) terhadap *Continuance Intention* (CI) peneliti memberikan rekomendasi yang relevan terhadap kedua variabel tersebut yang dapat diadopsi sebagai berikut :

1. Memberikan pelatihan dan menyediakan fasilitas

Pemberian pelatihan dan fasilitas penggunaan AI pada pekerja agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Jika dilihat dari hasil wawancara ditemukan mereka hanya menggunakan AI yang gratis ada di internet karena perusahaan tempat bekerja masih belum memberikan fasilitas maupun teknologi yang memadai.

Maka, untuk dapat merasakan pengaruh positif dari adanya teknologi AI, sebuah perusahaan baiknya bisa memberikan contoh terlebih dahulu dengan mulai mengadopsi teknologi AI dalam operasionalnya. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa pekerjaannya akan dapat melihat efisiensi dan efektifitas saat mengadopsi teknologi AI dalam kegiatan sehari - hari.

2. Memberikan edukasi

Pemberian edukasi kepada para pekerja agar memiliki etika dalam penggunaan teknologi berbasis AI. Seperti yang dibahas sebelumnya, faktor psikologis seperti sikap umum memegang peran penting dalam mempengaruhi seseorang untuk terus menggunakan sesuatu. Maka dari itu, perlu adanya edukasi yang tepat untuk bisa memberikan gambaran mengenai penggunaan teknologi AI dalam konteks positif.

3. Memberikan pemahaman kepada masyarakat

Masyarakat perlu diberikan arahan bahwa AI diciptakan manusia untuk membantu pekerjaan mereka, ketakutan mereka akan perkerajaan yang bisa digantikan oleh AI hanya disebabkan oleh ketidakpahaman mereka tentang AI. Maka dari itu, perlu adanya sosialisasi mendalam mengenai teknologi AI ini. Karena normalnya, ketika masyarakat dihadapkan oleh suatu hal baru, maka mereka akan cenderung skeptis dan bertanya - tanya akan manfaatnya, namun ketika hal tersebut sudah terbukti bermanfaat, pandangan dan penerimaan mereka dalam menyikapi pun akan turut berubah.

Maka dari itu, dibutuhkan adanya sosialisasi berkala dari perusahaan maupun organisasi mengenai keunggulan dari teknologi AI, penggunaan positif teknologi AI juga bisa mengenai bagaiaan mengimplementasikan dari tkenologi AI pada oeprasioal perusahaan. Tujuan dari dibentuknya program sosialisasi sendiri diharapkan bisa merubah sikap masyarakat terhadap teknologi AI, baru setelah itu, dengan sikap yang baik, maka akan muncul pula niat untuk terus menggunakan teknologi AI di kemudian hari.

4.3. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dan rekomendasi yang diberikan oleh peneliti, maka peneliti memberikan implikasi tentang pengaruh *General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale* (GAAIS) terhadap *Continuance Intention* (CI) sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian sebelumnya Teori *General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale* (GAAIS) mempengaruhi niat untuk terus menggunakan teknologi (Schepman & Rodway, 2023). Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan bagi penelitian penelitian selanjutnya berkaitan dengan *General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale* (GAAIS) dan niat untuk terus menggunakan AI (CI)

2. Implikasi Manajerial

- a. Bagi organisasi wajib memperhatikan dan mempertimbangkan pengalaman pegawai mereka terhadap AI. Organisasi wajib mengetahui sikap umum pegawai mereka terhadap AI, sebelum mengadopsi AI di tempat kerja. Selain itu organisasi juga perlu mengatur pengalaman pegawai agar sikap pegawai terhadap AI bisa menjadi positif.
- b. Responden cenderung menilai tinggi GAAIS yang disebabkan karena pemahaman mereka mengenai manfaat dari teknologi AI sendiri. sehingga secara umum responden dikatakan siap untuk mengadopsi GAAIS di tempat kerja mereka masing - masing.
- c. Negative GAAIS yang memiliki kategori yang cukup tinggi bahwa mereka memiliki ketakutan akan pekerjaannya bisa digantikan oleh AI karena belum mengetahui apa itu teknologi ai dan dampak apa yang bisa diberikan oleh AI dalam membantu pekerjaan mereka.

- d. Adanya pengaruh dari kedua variabel ini menunjukkan bahwa ketika seseorang punya penerimaan yang baik yang ditunjukkan dari sikap umum untuk menggunakan kecerdasan buatan (GAAIS) tersebut, maka akan memunculkan juga niat untuk terus menggunakan (CI) teknologi AI tersebut. Maka diperlukan memperhatikan kedua faktor tersebut dalam upaya meningkatkan adopsi AI dalam dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashfaq, M., Yun, J., Yu, S., & Loureiro, S. M. C. (2020). I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents. *Telematics and Informatics*.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101473>
- Aw, E. C.-X., Tan, G. W.-H., Cham, T.-H., Raman, R., & Ooi, K.-. B. (2022). Alexa, what's on my shopping list? Transforming customer experience with digital voice assistants. *Technological Forecasting & Social Change*.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121711>
- Azjen, I. (1911). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Boonroungrut, C. (2021). Reforming theory of planned behavior to measure money management intention: a validation study among student debtors. *RAUSP Management Journal*, 56(1), 24-37.
[10.1108/RAUSP-02-2019-0029](https://doi.org/10.1108/RAUSP-02-2019-0029)
- Cath, C., Wachter, S., Mittelstadt, B., Taddeo, M., & Floridi, L. (2017). Artificial Intelligence and the 'Good Society': the US,EU, and UK approach. *Sci Eng Ethics*. [10.1007/s11948-017-9901-7](https://doi.org/10.1007/s11948-017-9901-7)
- Faruqi, U. A. (2019). Jurnal Sistem C erdas. *Survey P aper : F uture Service in Industry* 5.0, 2, 67-79.
<https://apic.id/jurnal/index.php/jsc/article/view/21/22>

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
https://www.researchgate.net/publication/233897090_Belief_attitude_intention_and_behaviour_An_introduction_to_theory_and_research
- Fukuyama, M. (2018). *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*.
https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf
- Garcia. (2017). The International Journal of E-Learning and Educational Technologies in the Digital Media. *E-Learning Technology Adoption in the Philippines: An Investigation of Factors Affecting Filipino College Students' Acceptance of Learning Management Systems*, 3(3), 118-130.
 10.17781/P002374
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). European journal of marketing. *Customer repurchase intention: a general structural equation model*, 37(11), 1762-1800.
<https://doi.org/10.1108/03090560310495456>
- Kordina, L., Putra, W. H. N., & Herlambang, A. D. (2019). Evaluasi Keadaan Continuance Intention to Use dan Citizen Support pada Implementasi Layanan Website Pusat Pelayanan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4951-4960.
[file:///C:/Users/ACER/Downloads/26128-Article%20Text-73480-79932-10-20221127%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/26128-Article%20Text-73480-79932-10-20221127%20(2).pdf)

- Kusumadewi, S. (2003). *Artificial intelligence (teknik dan aplikasinya)*. Graha Ilmu.
- Lam, T., & Hsu, C. H.C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.003>
- Manunggal, N., Santoso, I. T., & Wicaksana, S. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (HRIS) dan Kecerdasan Buatan Terhadap Kinerja Industri Pertahanan. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6). <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Pabubung, M. R. (2021). Epistemologi Kecerdasan Buatan (AI) dan Pentingnya Ilmu Etika dalam Pendidikan Interdisipliner. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(2). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JFI/article/view/34734/19367>
- Pakpahan, R. (2021). Analisa Pengaruh Implementasi Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 5(2). <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i2.616>
- Penelitian: Indonesia Paling Antusias Terapkan AI dalam Bekerja Tenaga Kerja.* (2022, August 30). YouTube. Retrieved December 20, 2023, from <https://www.merdeka.com/uang/penelitian-indonesia-paling-antusias-terapkan-ai-dalam-bekerja-31594-mvk.html?screen=3>
- Pereira, T., Limberger, P. F., Minasi, S. M., & Buhalis, D. (2022). New Insights into Consumers' Intention to Continue Using Chatbots in the Tourism

- Context. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2136817>
- Russell, S., & Norvig, P. (2016). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Schepman, A., & Rodway, P. (2023). The General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale (GAAIS): Confirmatory Validation and Associations with Personality, Corporate Distrust, and General Trust. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(13).
<https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2085400>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Shirahada, K., & Zhang, Y. (n.d.). Counterproductive knowledge behavior in volunteer work: perspectives from the theory of planned behavior and well-being theory. *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT*, 26(11), 22-41. 10.1108/JKM-08-2021-0612
- Siregar, H., Setiawan, W., & Dirgantara, P. D. (2020). ISU PROSES BISNIS BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK MENYOSONG ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 28(2), 89-100.
 file:///C:/Users/ACER/Downloads/31172-111061-1-PB.pdf
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujood,. (2022). Behavioral intention of traveling in the period of COVID-19: an application of the theory of planned behavior (TPB) and perceived risk. *JINTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM CITIES*, 8(2). 10.1108/IJTC-09-2020-0183
- Sulistiani, D., & Prastiwi, A. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT MAHASISWA AKUNTANSI UNTUK BERKARIER SEBAGAI AKUNTAN PUBLIK: APLIKASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. *Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Diponegoro*.
- Tjandrawinata, R. R. (2016). Working Paper from Deka Medica Group. *Industri 4.0: revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi*. 10.5281/zenodo.49404
- Zelazko, A. (2023). Millenial. *Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/millennial>