

Pengaruh GAAIS terhadap Personal Innovativeness: Sikap pada Lintas Generasi

(The Influence of GAAIS on Personal Innovativeness: Attitudes Across Generations)

Vincentia Renata Kusuma¹, Yoke Pribadi Kornarius², Angela Carolina³, Triningtyas Elisabeth Putri Gusti⁴, Agus Gunawan⁵

Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Jawa Barat, Indonesia^{1,2,3,4,5}

8082301018@student.unpar.ac.id¹, yoke.pribadi@unpar.ac.id², angela.caroline@unpar.ac.id³, triningtyas.gusti@unpar.ac.id⁴, agus_gus@unpar.ac.id⁵



Riwayat Artikel

Diterima pada 20 Agustus 2024
 Revisi 1 pada 28 Agustus 2024
 Revisi 2 pada 2 September 2024
 Revisi 3 pada 24 September 2024
 Revisi 4 pada 14 Oktober 2024
 Revisi 5 pada 2 Desember 2024
 Disetujui pada 4 Desember 2024

Abstract

Purpose: To see the attitude of AI towards personal innovativeness and to see the differences in attitudes between generation Z and previous generations

Research methodology: Respondents in this study are 1,293 people consisted of entrepreneurs and professional workers covering generation Z and previous generations.

Results: GAAIS has influence of 9.5% on personal innovativeness, bus the data showa no statistically significant difference in attitude towards AI between cross-generational.

Conclusions: Attitudes toward technology influence personal innovation. While there are differences of opinion between generations about AI, both agree that AI improves work efficiency and individual innovation.

Limitations: The analysis in this study still requires the addition of more in-depth variables such as personality, trust, social and subject norms to be able to predict attitudes towards AI in more depth.

Contribution: This study is expected to provide deeper insight into the influence of attitudes towards AI on personal innovativeness, considering that in the future AI will be close on society.

Keywords: *Cross-Generational, GAAIS, Personal Innovativeness*

How to Cite: Kusuma, V. R., Kornarius, Y. P., Carolina, A., Gusti, T. E. P., Gunawan, A (2024). Pengaruh GAAIS terhadap Personal Innovativeness: Sikap pada Lintas Generasi. *Reviu Akuntansi, Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 145-155.

1. Pendahuluan

Saat ini, *Internet of Things* (IoT), big data dan *Artificial Intelligence* (AI) memberikan dampak besar di berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Istilah-istilah ini, lebih jauh telah menarik minat para pengguna internet pada beberapa tahun kebelakang ini. Faktanya pula, dengan meningkatnya perangkat komunikasi, volume data yang dihasilkan pun meningkat dan AI terus berintegrasi dengan baik dalam kehidupan masyarakat (N.N. & Dixit, 2020). Dalam organisasi, AI dapat mengatasi berbagai masalah keterbatasan proses di masa lalu. AI juga memungkinkan terciptanya solusi yang berbasis pengguna dimana AI dapat menganalisis data secara lebih detail dan memahami kebutuhan preferensi pengguna. AI dapat menciptakan solusi inovatif dan kreatif yang tidak terbatas dan terus diperbaharui melalui proses pembelajaran berulang (Verganti, Vendraminelli, & Lansiti, 2020)

Di tahun 2022, terdapat 35% perusahaan telah mengadopsi AI dan yang lainnya sedang mengeksplorasi penggunaan AI. Penggunaan AI ini sudah dirasakan manfaatnya untuk mengotomatisasi proses, teknologi informasi, bisnis atau jaringan, termasuk efisiensi biaya (Corporation, 2022). Meskipun AI telah memberikan minat dan optimisme dalam hal memperbaiki kondisi masa depan seperti peningkatan

dukungan pengambilan keputusan, meningkatkan hubungan para stakeholders dan inovasi produk layanan yang baru (Borges, Laurindo, Spínola, Gonçalves, & Mattos, 2020), kehadiran AI ini juga bisa memberikan dampak untuk merubah sistem sebuah organisasi. Kehadiran AI memungkinkan organisasi untuk mengotomatisasi sebuah pekerjaan sehari-hari, meningkatkan prosedur pengambilan keputusan, hingga ancaman hilangnya pekerjaan karena AI. (Bendbya, Davenport, & Pachidi, 2020).

Penelitian ini mengacu pada Diffusion of Innovation yang melihat bahwa adopsi AI di perusahaan merupakan suatu langkah inovatif yang merubah struktur, dinamika sosial (Vargo & Akaka, 2020) serta merubah sikap dan tindakan individu. Dengan penerapan AI di perusahaan, sikap individu terhadap teknologi juga dapat berkembang ke arah positif atau negatif, yang akan mempengaruhi keputusan penerimaan teknologi dan pada akhirnya berdampak pada hasil dan kinerja inovasi pada suatu organisasi (Lichtenthaler, 2019). Berdasarkan pada *diffusion of innovation theory*, sikap positif individu terhadap AI yang menunjukkan keterbukaan mereka terhadap teknologi baru akan mempengaruhi individu untuk lebih inovatif (Alkawsy, Ali, & Baashar, 2021). Perilaku inovatif seseorang merujuk pada personal innovativeness yaitu karakter seseorang yang terbuka pada ide-ide baru dan mampu mengambil keputusan yang tepat dalam eksplorasi, penyampaian dan implementasi ide, jasa ataupun produk inovatif (Sukriyatun, Mujahidin, & Tanjung, 2023).

Di sisi lain, sikap terhadap AI juga dapat dipengaruhi oleh faktor generasi yang berbeda misalnya generasi Z dan generasi sebelumnya (X dan Y). Menurut (Francis & Hoefel, 2018) Generasi Z dikenal sebagai digital native, mereka tumbuh di era digital dimana teknologi seperti internet, jaringan sosial dan sistem seluler sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Karena penggunaan teknologi sejak dini, generasi Z memiliki kemampuan untuk memproses, menganalisa dan mengelola berbagai informasi yang ditemui. Generasi Z mampu mengintegrasikan pengalamannya di dunia virtual dan dunia nyata. Generasi Y atau generasi millennial merupakan generasi pertama yang familiar dengan internet dan penggunaan media sosial, sehingga generasi ini termasuk ahli dalam memahami dan memanfaatkan teknologi secara efisien (Calvo-Porrall & Pesqueira-Sanchez, 2019). Teknologi telah mempengaruhi perilaku, cara berpikir dan belajar generasi millennial. Sementara generasi X tidak dibesarkan dengan teknologi dan internet dan mulai familiar dengan hal ini ketika sudah dewasa. Generasi X dengan mudah mengintegrasikan teknologi baru ke dalam kehidupan sehari-harinya. Mereka mengalami perubahan besar dari era tanpa internet ke era internet dan dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi terkait internet seperti email, browsing web dan media sosial (Hill, 2017).

Seiring dengan majunya teknologi di era digital, yang memberikan berbagai dampak inovatif dan sikap sejauh mana masyarakat menerima kemajuan teknologi khususnya AI mungkin berbeda di antar generasi, menjadikan topik ini menarik untuk didiskusikan dan diteliti. Dari pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan pula untuk menguji bagaimana pengaruh GAAIS terhadap personal innovativeness serta mengetahui lebih lanjut apakah terdapat perbedaan sikap inovasi terhadap AI diantara generasi Z dan generasi sebelumnya.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1 Diffusion of Innovation Theory

Penelitian tentang Diffusion of Innovation secara tradisional berfokus pada pemahaman sumber daya untuk melakukan suatu adopsi ide, objek dan teknologi yang kemudian dapat mengubah struktur dan dinamika sosial tertentu (Vargo & Akaka, 2020). (Vargo, Wieland, & Akaka, 2015) mengonseptualisasikan teknologi sebagai sumber daya dinamis atau pengetahuan yang berpotensi berguna. Difusi inovasi merupakan sistem adaptif yang kompleks dimana tindakan individu menghasilkan pola yang tidak terduga dan berulang. Pola ini kemudian mempengaruhi tindakan individu berikutnya dalam sebuah siklus umpan balik, yang berarti setiap hasil mempengaruhi tindakan atau pola berikutnya. Dengan cara ini difusi inovasi dianggap dapat berkontribusi sebagai perubahan sosial atau organisasi (Arthur, 2015; West, 2017; Holbrook, 2003 dalam Vargo et., al, 2020).

Difusi juga dianggap sebagai proses komunikasi khusus yang memiliki tujuan untuk menyebarkan inovasi dan ide-ide baru melalui saluran dan jangka waktu tertentu pada suatu organisasi. Kecepatan suatu teknologi atau ide baru bisa diserap tergantung dari sistem sosial atau organisasi didalamnya yang

dipengaruhi oleh keinovatifan para pelaku dimana orang-orang yang lebih inovatif cenderung mengadopsi inovasi lebih cepat sehingga dinamika jaringan sosial akan mempengaruhi penyebaran informasi inovasi dan membentuk karakteristik inovasi tertentu (Vargo & Akaka, 2020)

Berdasarkan Roger's Diffusion of Innovation Theory, proses adopsi inovasi terjadi secara bertahap. Tahap ini terjadi mulai dari seseorang menyadari dan memahami adanya inovasi, kemudian individu mengevaluasi kelebihan dan kekurangan inovasi, hingga pada akhirnya individu tersebut memutuskan menggunakan inovasi tersebut dalam kehidupan dan pekerjaan sehari-harinya. (Mohammad, Poursaberi, & Salahshoor, 2018). Sebuah organisasi proses ini memiliki kelemahan karena sulit diimplementasikan pada organisasi yang kompleks. Struktur organisasi yang lebih sentralisasi memang akan lebih mudah untuk melakukan difusi inovasi. Namun, jika proses komunikasinya tidak efektif, maka calon pengguna tidak melihat nilai dari inovasi tersebut dan mengurangi peluang adopsi.

Diffusion of Innovation Theory menjadi landasan dalam penelitian ini untuk memahami pengaruh general attitude towards artificial intelligence terhadap personal innovativeness. Diffusion of Innovation Theory mengidentifikasi sikap individu sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi inovasi. Sikap umum terhadap AI dapat dilihat sebagai keyakinan dan perasaan individu tentang AI secara keseluruhan. Sikap positif terhadap AI dapat mendorong individu untuk mencari informasi tentang AI, mencoba teknologi AI baru, dan mengintegrasikan AI ke dalam kehidupan mereka. Oleh karena itu, sikap umum terhadap AI mempengaruhi proses inovasi individu.

2.2 GAAIS terhadap Personal Innovativeness

Penelitian yang dilakukan oleh Schepman & Roadway pada tahun 2020 telah mengukur pengaruh GAAIS terhadap personal innovativeness. Adapun GAAIS yang diukur dalam penelitian ini terdiri dari 2 dimensi yang berbeda yaitu dimensi positif yang menunjukkan innovativeness dan optimisme dalam menggunakan AI, sedangkan dimensi negatif menunjukkan ketidaknyamanan dan ketidakamanan ketika menggunakan AI. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden lebih positif terhadap sikap positif, dibandingkan dengan sikap negatifnya sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden menyikapi AI secara positif. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Kaya et al., 2022), tidak ditemukan pengaruh perbedaan usia untuk sikap terhadap AI.

Sikap terhadap AI (kecerdasan buatan) merupakan komponen multidimensional yang terdiri dari beberapa faktor seperti afeksi, kognitif dan perilaku yang terbentuk berdasarkan informasi terkini atau representasi dari AI. Evaluasi afektif mengacu pada emosi positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Evaluasi afektif ini mencakup keadaan suasana hati secara umum seperti afek positif dan negatif serta emosi yang berbeda (misalnya, takut, senang). Sikap afektif (terutama yang negatif) terhadap agen atau teknologi baru dapat secara kuat membentuk kesan awal tentangnya, yang seringkali merugikan. Adapun, evaluasi afektif dibangun melalui proses kognitif dan non-kognitif. Evaluasi kognitif berkaitan dengan kebutuhan dasar individu untuk otonomi, kompetensi dan keterkaitan. Di sisi lain, perilaku dalam konteks sikap terhadap AI ini berkaitan dengan bagaimana individu bersedia untuk mencoba dan menggunakan produk dan jasa AI (Jiyoung & Sang, 2022).

Sedangkan, personal innovativeness menunjukkan sejauh mana individu terbuka untuk menerima ide-ide baru dan membuat keputusan untuk mengadopsi inovasi dari pengalaman pribadi dan dari pengalaman yang dikomunikasikan orang lain. Individu yang memiliki personal innovativeness yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi positif terhadap inovasi teknologi (*Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 ETourism Conference, January 19–22, 2021, 2021*)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Schepman & Rodway, 2023) penelitian ini hendak mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana GAAIS berpengaruh terhadap personal innovativeness di Indonesia. Di Indonesia, pertumbuhan AI terus berlanjut sejak tahun 2010, yang menyebabkan pentingnya untuk melihat bagaimana pengaruh sikap individu mengenai AI terhadap personal innovativeness di Indonesia, sehingga hipotesis penelitian ini adalah :

H0 : GAAIS tidak berpengaruh terhadap Personal Innovativeness

H1 : GAAIS berpengaruh terhadap Personal Innovativeness

3. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran, yaitu kombinasi dari metode kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan metode campuran ini memerlukan pengumpulan 2 jenis data, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibuat pada platform Google Forms. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pertanyaan mengenai profil responden, sikap terhadap AI dan tingkat inovasi individu. Alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap terhadap AI diadopsi dari (Schepman & Roadway, 2023). Pertanyaan mengenai sikap terhadap AI dibagi menjadi dua dimensi yaitu positif dan negatif dimana dimensi positif terdapat 12 pertanyaan dan dimensi negatif terdapat 8 pertanyaan. Sementara pertanyaan mengenai tingkat inovasi individu terdiri dari 4 pertanyaan. Seluruh jawaban pertanyaan menggunakan skala Likert 5 tingkat, mulai dari 1 “sangat tidak setuju” hingga 5 “sangat setuju”. Jumlah sampel minimal yang diperlukan pada penelitian ini adalah sebanyak 384 (*Apheit International Journal*, 2021) karena jumlah populasi tidak diketahui, dimana populasi penelitian terdiri dari pebisnis dan pekerja profesional di Indonesia. Sampel dipilih menggunakan teknik Convenience Sampling, sehingga diperoleh 1.293 responden yang seluruh datanya dapat digunakan pada tahap pengolahan data.

Data kuantitatif selanjutnya diuji validitas dan reliabilitasnya, serta melewati uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan linieritas), sebelum dilakukan uji regresi, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Uji tahap pertama ini dilakukan untuk melihat adanya pengaruh variabel ‘sikap terhadap AI’ terhadap ‘tingkat inovasi individu’. Selanjutnya data kuantitatif disajikan dalam tabulasi silang yang membandingkan kecenderungan jawaban antara responden yang masuk pada kategori generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya. Temuan dari hasil analisis tabulasi silang menjadi dasar untuk dilakukannya wawancara terhadap 10 orang narasumber, yang lima diantaranya mewakili kelompok responden generasi Z dan lima narasumber lainnya mewakili kelompok responden selain generasi Z. Data kualitatif yang dikumpulkan melalui proses wawancara tersebut selanjutnya diolah menggunakan teknik analisis tematik untuk menemukan pola jawaban narasumber sehingga dapat ditarik kesimpulan.

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Distribusi profil

Profil responden didapatkan dari hasil pengisian kuesioner terhadap 1.293 orang responden yang didistribusikan berdasarkan generasi, profesi dan pendidikan. Sesuai generasi yang terbanyak adalah generasi Z yaitu 52.2%, selanjutnya generasi Y atau Milenial sebanyak 37.04%, diikuti oleh generasi X sebanyak 8.97% dan baby boomer sebanyak 0.69%. Untuk profesi sebanyak 82.13% sebagai pegawai dan 17.86% sebagai wirausaha. Mayoritas pendidikan responden adalah Sarjana sebanyak 65.81%, Sekolah Menengah Atas 14.3%, Magister 8.73%, diploma 3 7.34%.

4.2 Hasil uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya dan apakah alat ukur tersebut telah mengukur apa yang perlu diukur dengan benar. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (Pearson Correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Darma, 2021). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 1. Mengacu pada hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel lolos uji dan dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

GAAIS			Personal Innovativeness		
Indikator	r hitung	Status	Indikator	r hitung	Status
G1	0.374	Valid	P1	0.811	Valid
G2	0.367	Valid	P2	0.825	Valid
G3	0.391	Valid	P3	0.892	Valid
G4	0.384	Valid	P4	0.806	Valid
G5	0.391	Valid			
G6	0.403	Valid			
G7	0.403	Valid			
G8	0.365	Valid			
G9	0.363	Valid			
G10	0.379	Valid			
G11	0.413	Valid			
G12	0.370	Valid			
G13	0.410	Valid			
G14	0.446	Valid			
G15	0.402	Valid			
G16	0.434	Valid			
G17	0.451	Valid			
G18	0.444	Valid			
G19	0.376	Valid			
G20	0.422	Valid			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi pada kejadian yang sama. Pada uji reliabilitas, variable dianggap reliable jika memberikan nilai cronbach alpha >0.6. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kedua variabel lolos uji, sehingga dinyatakan reliabel sebagai alat ukur penelitian ini.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r tabel	Hasil
GAAIS	0.844	0.6	Reliable

Personal Innovativeness	0.825	0.6	Reliable
-------------------------	-------	-----	----------

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari 3 jenis pengujian, yaitu uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, dan uji Linieritas. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi. Sementara uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear signifikan antara variabel independen dan variabel dependent. Kriteria pengujian linearitas dengan uji statistika yaitu jika nilai sig. pada Linearity > 0,05, maka data tidak mempunyai hubungan linear. Sementara, jika nilai sig. pada Linearity < 0,05, maka data memiliki hubungan linear. Pada Table 3 berisi hasil dari ketiga uji tersebut, yang menunjukkan bahwa data penelitian ini lolos uji asumsi klasik.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik	Sig.	Status	Penjelasan
Uji Normalitas	0.200	Lolos	Hasil uji Asymp. Sig. (2-tailed) 0.200 > 0.05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi norma
Uji Heteroskedastisitas	1.000	Lolos	Sig 1.000 > 0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji Linearitas	0.000	Lolos	Sig. pada Linearity < 0.05, maka dapat disimpulkan data memiliki hubungan yang linear

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

4.5 Uji Regresi

Tahap terakhir dari pengujian adalah dengan melakukan uji regresi. Uji regresi adalah sebuah model statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel dalam bentuk fungsional. Dua variabel tersebut adalah variabel dependen (y) dan variabel independen (x). Tabel 4 merupakan hasil uji regresi. Hasil pengolahan data menghasilkan formula regresi pada penelitian ini adalah :

$$Y = 8.711 + 0.074 X \quad (1)$$

yang artinya terdapat hubungan positif antara kedua variabel GAAIS dan Personal Innovativeness. Nilai 8.711 merupakan GAAIS pada sumbu 0. Setiap peningkatan satu unit dalam GAAIS diharapkan dapat meningkatkan personal innovativeness sebesar 0.074 unit.

Tabel 4. Uji Regresi

Formula Regresi	Uji Hipotesis	Uji Koefisien Determinasi
$Y = 8.711 + 0.074 X$	Sig 0.000	r square 0.095

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

4.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Jika probabilitas sig. < 0.05 maka artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Dalam perhitungan menggunakan uji t, didapati t hitung adalah 11.618 memiliki nilai lebih dibandingkan t table 1.961, maka dapat

disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa GAAIS berpengaruh terhadap Personal Innovativeness.

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Merupakan nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dalam penelitian ini adalah GAAIS (x) mampu menjelaskan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Personal Innovativeness (y) dalam model regresi yang terbentuk. Semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin besar kemampuan variabel independen (x) dalam menjelaskan variabel dependen (y) pada model regresi yang terbentuk. Dari hasil perhitungan ini diketahui bahwa variabel (x) memiliki pengaruh sebesar 9.5% terhadap variable (y). 90.5% merupakan variable yang tidak di teliti pada penelitian.

4.8 Pembahasan

Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel lolos uji dan dinyatakan valid. Dan setelahnya dilakukan berbagai uji, variable penelitian dinyatakan layak untuk diteliti. Hasil hipotesis adalah H1 diterima dimana dinyatakan bahwa GAAIS berpengaruh terhadap Personal Innovativeness. Pengaruh GAAIS adalah sebesar 9.5% terhadap personal innovativeness. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Schepman & Roadway (2020) bahwa terdapat hubungan antara GAAIS dengan pengalaman individu seperti sikap inovatif dan ketidaknyamanan, namun indeks ini tidak menunjukkan kontribusi yang signifikan.

Penelitian ini juga ingin melihat adakah perbedaan sikap dari tiap generasi terhadap AI, yang dipaparkan pada pertanyaan kedua “Apakah terdapat perbedaan sikap inovasi terhadap AI diantara lintas generasi?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, data dari GAAIS dan Personal Innovativeness diolah menjadi tabel tabulasi silang seperti tercantum pada tabel 5 (untuk variabel GAAIS) dan tabel 6 (untuk variable Personal Innovativeness). Tabulasi silang adalah data yang dikumpulkan pada periode tertentu, biasanya menggambarkan keadaan atau kegiatan pada periode tertentu. Tabel ini membantu peneliti untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara variabel-variabel tersebut (Silvia, 2021). Pada penelitian ini, tabulasi silang digunakan untuk menemukan pola jawaban responden yang terbagi menjadi generasi Z, dan sebelum generasi Z.

Pada tabel 5, ditemukan bahwa terdapat tiga perbedaan pada indikator-indikator di dimensi positif GAAIS, yaitu sistem AI bisa membuat lebih merasa bahagia, dimana generasi Z cenderung lebih merasa bahagia. Yang kedua adalah menggunakan sistem AI mengasyikan dimana sebelum generasi Z cenderung lebih setuju pada pernyataan ini. Ketiga adalah sistem AI akan lebih unggul dalam pekerjaan rutin daripada karyawan manusia, generasi Z cenderung lebih banyak yang berpendapat bahwa AI bisa menggantikan pekerjaan manusia. Sementara untuk indikator-indikator dimensi negative, jawaban generasi Z dan sebelumnya cenderung sama.

Tabel 5. Tabulasi Silang Variabel GAAIS

Dimensi Positif	Generasi Z	Sebelum Generasi Z
Untuk transaksi rutin, saya lebih suka berinteraksi dengan sistem AI daripada dengan manusia.	Cukup	Cukup
AI dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi negara Indonesia	Baik	Baik
Sistem AI dapat membantu orang merasa lebih bahagia	Baik	Cukup
Saya terkesan dengan apa yang dapat dilakukan oleh AI	Baik	Baik
Saya tertarik menggunakan sistem AI dalam kehidupan sehari-hari	Baik	Baik

AI dapat berdampak positif pada kesejahteraan manusia	Baik	Baik
Menggunakan sistem AI sangat menyenangkan	Cukup	Baik
Sistem AI akan lebih unggul dalam banyak pekerjaan rutin daripada karyawan manusia.	Baik	Cukup
Ada banyak penggunaan yang bermanfaat dari AI	Baik	Baik
Sistem AI dapat bekerja lebih baik daripada manusia	Cukup	Cukup
Sebagian besar masyarakat akan mendapat manfaat dari masa depan yang dipenuhi oleh AI	Baik	Baik
Saya ingin menggunakan AI dalam pekerjaan saya	Baik	Baik
Dimensi Negatif	Generasi Z	Sebelum generasi Z
Banyak organisasi yang menggunakan AI secara tidak etis	Cukup	Cukup
Saya pikir sistem AI membuat banyak kesalahan	Cukup	Cukup
Saya menganggap AI menyeramkan	Cukup	Cukup
AI mungkin mengendalikan manusia	Cukup	Cukup
Saya pikir AI berbahaya.	Cukup	Cukup
Saya menggigil karena ketidaknyamanan saat memikirkan tentang penggunaan AI di masa mendatang	Cukup	Cukup
Orang-orang seperti saya akan menderita jika AI semakin sering dan banyak digunakan	Cukup	Cukup
AI digunakan untuk memata-matai manusia	Cukup	Cukup

Sumber: Hasil pengolahan data

Untuk mengkonfirmasi perbedaan, penulis melakukan wawancara dengan beberapa responden. Dalam proses wawancara, pewawancara dapat mengamati aspek-aspek tertentu dari perilaku seseorang, seperti cara berbicara, ketenangan dan kecenderungan dari para responden (Sahoo, 2021). Responden berjumlah 10 orang yang terdiri dari lima responden generasi Z dan lima responden lainnya dari generasi sebelum Z.

Dari lima responden generasi sebelum Z, seluruhnya berpendapat bahwa teknologi AI menarik. Generasi ini melihat perubahan yang signifikan terhadap teknologi. Saat ini, teknologi sudah diaplikasikan di berbagai bidang, melengkapi suatu teknologi dan dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. AI memiliki kelebihan untuk memberikan kemudahan dalam mencari dan menemukan informasi dibandingkan sebelumnya, kecepatan dalam pengolahan data, informasi luas yang dimiliki oleh AI, dan kemudahan dalam menggunakan AI. Dibandingkan dengan kemajuan teknologi lainnya, para responden mengatakan saat ini kemajuan AI sangat pesat dan banyak penelitian yang dilakukan terhadap AI.

Untuk perbedaan jawaban dari indikator “sistem AI dapat membantu orang lebih bahagia” generasi Z lebih setuju dengan hal ini. Dari lima responden pada generasi Z, mengatakan bahwa teknologi AI memberikan rasa kepuasan tersendiri. Teknologi membuat suatu proses menjadi lebih cepat dan dimudahkan, membantu menciptakan hasil kerja yang lebih maksimal dengan waktu yang lebih sedikit dan terkadang juga bisa menjadi teman komunikasi dengan wawasan yang luas. Hal ini selaras menurut (Chan & Lee, 2023), bahwa secara umum, generasi Z optimis terhadap AI, AI memiliki manfaat untuk peningkatan produktivitas, efisiensi, dan pembelajaran yang dipersonalisasi.

Pada dasarnya, generasi Z dan sebelumnya setuju bahwa penggunaan teknologi AI membantu dalam pekerjaan sehari-hari. Menurut (Venkatraman, 2017; Wilson & Daugherty, 2018 dalam Borger., et al, 2020) perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari penggunaan AI yang memiliki kemungkinan untuk meningkatkan kinerja dalam hal kecepatan, fleksibilitas, penyesuaian, skala, inovasi dan pengambilan keputusan. selain itu AI juga bisa mengotomatisasi proses dan menambah wawasan melalui data. Penerapan AI dapat mempengaruhi proses penciptaan pengetahuan, dengan mempercepat penyebaran pengetahuan, meningkatkan kemampuan pembelajaran serta meningkatkan penyerapan pengetahuan (Liu, Chang, Forrest, & Yang, 2020).

Untuk perbedaan selanjutnya adalah indikator “sistem AI akan lebih unggul pada pekerjaan sehari-hari dibandingkan dengan manusia”. Generasi Z cenderung lebih setuju pada pernyataan ini. Generasi Z berpendapat bahwa penggantian AI dapat mengurangi human error dalam pekerjaan rutin. Seperti penggantian sistem AI sebagai customer service dan pekerjaan copywriter yang sudah digantikan oleh AI. Menurut (Huang, Rush, & Maksimovic, 2019) otomatisasi, dan AI telah mengubah tugas-tugas rutin seperti memeriksa peralatan, mendokumentasikan /mencatat informasi, dan menjadwalkan pekerjaan yang sebagian besar telah diambil alih oleh mesin.

Sementara generasi sebelum Z, berpendapat bahwa memang saat ini beberapa pekerjaan telah digantikan oleh AI, namun sistem pada AI juga memiliki kelemahan dan keterbatasan. Manusia akan lebih banyak bekerja berdampingan dengan AI dan mungkin akan ada pekerjaan baru karena cepatnya perkembangan teknologi. Menurut (Lichtenthaler, 2019) Penggantian tenaga kerja hanya sebagian kecil karena kedepannya kecerdasan manusia dan AI akan banyak berkolaborasi untuk menghasilkan potensi keunggulan kompetitif dan akan menawarkan manfaat jangka panjang yang lebih penting.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan diketahui bahwa sikap terhadap teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap personal innovativeness. Hasil uji tabulasi silang dan wawancara menunjukkan bahwa dua kelompok generasi ini memiliki beberapa perbedaan pendapat tentang AI seperti persepsi terhadap teknologi AI dan sikap terhadap teknologi AI dalam pekerjaan. Namun, kedua kelompok generasi ini, mengatakan bahwa teknologi AI bisa membantu mereka dalam melakukan pekerjaan sehari-harinya. AI dapat membantu pekerjaan mereka antara lain terkait pencarian data, ilmu pengetahuan hingga ide sehingga waktu yang dibutuhkan untuk proses pencarian menjadi lebih singkat dan meningkatkan efisien kerja. Responden wawancara juga menyatakan bahwa dengan penggunaan AI secara tepat dapat meningkatkan inovasi masing-masing individu.

Kedua generasi juga sadar bahwa penggantian tenaga manusia dengan AI mungkin akan terjadi di masa yang akan datang. Maka dari itu, kedepannya masyarakat perlu mengikuti perkembangan AI karena pekerjaan manusia akan sangat berdampingan dengan teknologi AI.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis untuk pihak-pihak terkait dengan adanya penelitian yaitu teknologi AI berkembang dengan pesat, masyarakat kini sebaiknya mengikuti perkembangan-perkembangan tersebut. Peralannya dikemudian hari, manusia akan sangat berdampingan dengan hadirnya AI.

Terdapat 95% variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini yang membahas pengaruh GAAIS terhadap Personal innovativeness. Peneliti lain dapat menambah variabel personality, sosial dan norma subjective, juga trust yang dapat digunakan untuk memprediksi sikap terhadap AI. Di sisi lain, faktor-faktor seperti tingkat inovasi organisasi, atau tingkat adopsi teknologi di suatu organisasi juga dapat mempengaruhi personal innovativeness individu.

Limitasi dan studi lanjutan

Tidak ada penelitian yang mencakup semua aspek. Penelitian ini hanya menggunakan variable GAAIS dan personal innovativeness. Terdapat lebih banyak variable yang bisa digunakan untuk membuat pembahasan pada penelitian ini lebih dalam lagi.

Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan kepada seluruh orang yang terlibat dalam penulisan ini, terutama untuk dosen pembimbing yang senantiasa memberikan masukan dan arahan hingga penelitian ini dapat terwujud.

Referensi

- Alkaws, G., Ali, N., & Baashar, Y. (2021). The Moderating Role of Personal Innovativeness and Users Experience in Accepting the Smart Meter Technology. *Applied Science*, *11*, 3297. doi:10.3390/app11083297
- Bendbya, H., Davenport, T. H., & Pachidi, S. (2020). Artificial Intelligence in Organizations: Current State and Future Opportunities. *MIS Quarterly Executive*, *19*(4), 9-21. doi:10.2139/ssrn.3741983
- Boonprasert, M. (Ed.). (2021). *Apheit International Journal* (Vol. 10). Thailand: The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn (APHEIT).
- Borges, A. F., Laurindo, F. J., Spínola, M. M., Gonçalves, R. F., & Mattos, C. A. (2020). The Strategic Use of Artificial Intelligence in the Digital Era: Systematic Literature Review and Future Research Directions. *International Journal of Information Management*, (). doi:10.1016/j.ijinfomgt.2020.102225
- Calvo-Porrá, C., & Pesqueira-Sánchez, R. (2019). Generational differences in technology behaviour: comparing millennials and Generation X. *Kybernetes*, *49*(11), 2755-2772. doi:https://doi.org/10.1108/K-09-2019-0598
- Chan, C. K., & Lee, K. K. (2023). The AI generation gap: Are Gen Z students more interested in adopting generative AI such as ChatGPT in teaching and learning than their Gen X and millennial generation teachers? *Smart Learning Environment*, *10*(60). doi:10.1186/s40561-023-00269-3
- Corporation, I. (2022). *IBM Global AI Adoption Index 2022*. United States of America. Retrieved from <https://www.ibm.com/downloads/cas/GVAGA3JP>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: GUEPEDIA.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its Implications for Companies. *Mckinsey&Company*.
- Hill, R. (2017). Embracing Digital: Key Considerations for Publishers, Marketers and Customers. *Information Service & Use*, *37*(3), 349-354. doi:10.3233/ISU-170845
- Huang, M.-H., Rush, R., & Maksimovic, V. (2019). The Feeling Economy: Managing in the Next Generation of Artificial Intelligence (AI). *California Management Review*, *61*(4), 1-23. doi:https://doi.org/10.1177/0008125619863436
- Jiyoung, P., & Sang, W. E. (2022). Who Likes Artificial Intelligence? Personality Predictors of Attitudes toward Artificial Intelligence. *The Journal of Psychology*, *156*(1), 68-94. doi:10.1080/00223980.2021.2012109
- Kaya, F., Aydin, F., Schepman, A., Roadway, P., Yetisensoy, O., & Kaya, M. D. (2022). The Roles of Personality Traits, AI Anxiety, and Demographic Factors in Attitudes toward Artificial Intelligence. *International Journal Of Human-Computer Interaction*, *40*(2), 497-514. doi:https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2151730
- Lichtenthaler, U. (2019). Extremes of acceptance: employee attitudes toward artificial intelligence. *Journal of Business Strategy*, *41*(5), 39-45. doi:https://doi.org/10.1108/JBS-12-2018-0204

- Liu, J., Chang, H., Forrest, J. Y.-L., & Yang, B. (2020). Influence of artificial intelligence on technological innovation: Evidence from the panel data of china's manufacturing sectors. *Technological Forecasting & Social Change*, 158. doi:10.1016/j.techfore.2020.120142
- Mohammad, M. M., Poursaberi, R., & Salahshoor, M. R. (2018). Evaluating the Adoption of Evidence-Based Practice Using Rogers's Diffusion of Innovation Theory: A Model Testing Study. *Health Promotion Perspective*, 8(1), 25-32. doi:10.15171/hpp.2018.03
- N.N., M., & Dixit, Y. (2020). IoT, Big Data and Artificial Intelligence in Agriculture and Food Industry. *IEEE Internet of Things Journal*, PP99, 1-1. doi:10.1109/JIOT.2020.2998584
- Sahoo, R. (2021). *Researching Children and Childhoods in India*. New Delhi: School of Open Learning.
- Schepman, A., & Roadway, P. (2020). Initial validation of the general attitudes towards Artificial Intelligence Scale. *Computers in Human Behavior Reports*, 1. doi:https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100014
- Schepman, A., & Roadway, 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), 2724-2741. doi:10.1080/10447318.2022.2085400
- Silvia, V. (2021). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Andi Offset. Retrieved July 15, 2024
- Vargo, S. L., & Akaka, M. A. (2020). Rethinking the Process of Diffusion in Innovation: A Service-Ecosystems and Institutional Perspective. *Journal of Business Research*, 116, 526-534. doi:https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.038
- Vargo, S. L., Wieland, H., & Akaka, M. A. (2015). Innovation Through Institutionalization: A service Ecosystems Perspective. *Industrial Marketing Management*, 44, 63-72. doi:https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.10.008
- Verganti, R., Vendraminelli, L., & Lansiti, M. (2020). Innovation and Design in the Age of Artificial Intelligence. *Journal of Product Innovation Management*, 37(3), 212-227. doi:10.1111/jpim.12523
- Wörndl, W., Koo, C., & Stienmetz, J. L. (Eds.). (2021). *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 ETourism Conference, January 19–22, 2021*. Switzerland: Springer International Publishing.