

ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNAAN FINTECH LINKAJA SEBAGAI MEDIA PEMBELIAN DAN PEMBAYARAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DI KOTA DENPASAR

Maya Kaniawati^{1*}, Ni Made Estiyanti², Anak Agung Ngurah Redioka³

¹²³Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, STMIK Primakara

STMIK Primakara

Denpasar, Bali

mayakaniawati262@gmail.com, estiyanti@primakara.ac.id, redioka@primakara.ac.id

Abstract— *Technological developments in the digital era are currently making many innovations in the field of technology, one of which is the financial sector that presents digital-based financial services or known as fintech. The presence of fintech digital payment system services provides changes in digital wallet transactions, one of which is LinkAja. This research is intended to find out how the acceptance of the use of the LinkAja digital wallet in Denpasar City by applying the original model to the Technology Acceptance Model (TAM). This study uses descriptive statistical analysis with frequency distribution statistics and data analysis using Partial Least Square (PLS) with the help of SmartPLS 3.0 software. The sampling technique in this study used a purposive accidental sampling technique.*

The results of the tests carried out showed that of the 100 respondents studied, the results of the statistical analysis of the frequency distribution gave an assessment of agreeing on the ease of use, benefits of use, attitude of use, and the actual use of LinkAja products, which means that respondents considered LinkAja products easy to use, useful and the user shows a good attitude towards the product, and the user intends well to use the linkAja product. Furthermore, the results of the relationship testing carried out obtained that from 100 respondents who were examined the results of the assessment using the SmartPLS software showed that the relationship between the benefits of using technology and the attitude of using technology did not form a significant relationship. Meanwhile, the relationship between ease of use and the benefits of use, the relationship between ease of use and attitudes of use, and the relationship between attitudes of use and actual use is indeed a significant relationship.

Keywords— *Financial Technology, Digital Payment System, LinkAja, Technology Acceptance Model, Frequency Distribution, PLS*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah banyak menghasilkan inovasi dibidang teknologi keuangan. Inovasi-inovasi teknologi di bidang keuangan tersebut dikenal

dengan sebutan *Financial Technology (Fintech)*. Beberapa jenis Fintech yang ada di Indonesia seperti *Crowdfunding, Microfinancing, P2P Lending Service, Market Comparison, Digital Payment System*. Menurut Survei yang dilakukan Neurosensus Indonesia, 88% dari belanja online di Indonesia menggunakan transaksi dompet digital. Beberapa jenis pembayaran digital tersebut seperti OVO, Gopay, Dana, LinkAja, ShopeePay [1].

Dompet digital LinkAja didirikan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finaraya). Menurut hasil riset *iPrace* menyebutkan LinkAja sebagai dompet digital dengan posisi peringkat yang terus menurun setiap tahun dalam persaingan pemakaian dompet digital. Riset tersebut dilakukan dari tahun 2017 sampai 2021, diketahui pada tahun 2017 LinkAja bersaing dengan OVO untuk menempati posisi kedua, pada tahun 2018 LinkAja berada diposisi ketiga setelah Gojek dan OVO, pada tahun 2019 peringkat LinkAja berada pada posisi keempat bersaing dengan Dana, pada tahun 2020 dan 2021 LinkAja menempati posisi peringkat kelima setelah ShoppePay [2].

Memperhatikan peringkat dari produk LinkAja yang terus mengalami penurunan dalam pesaingan produk-produk dompet digital tersebut, menarik untuk dilakukan penelitian dalam rangka mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terhadap dompet digital LinkAja.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah: Mengetahui persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan produk LinkAja, Mengetahui persepsi pengguna atas manfaat penggunaan produk LinkAja, Mengetahui sikap pengguna atas penggunaan teknologi produk LinkAja, Mengetahui penggunaan sesungguhnya produk LinkAja yang ditunjukkan oleh pengguna, Mengetahui persepsi kemudahan

penggunaan berpengaruh terhadap manfaat penggunaan LinkAja, Mengetahui persepsi manfaat produk berpengaruh terhadap sikap penggunaan LinkAja, Mengetahui persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan LinkAja, Mengetahui pengaruh sikap penggunaan produk LinkAja terhadap penggunaan yang sesungguhnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Individu Perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari ditentukan oleh banyak hal, perilaku manusia yang satu dengan yang lain tidaklah sama, perbedaan perilaku itu disebabkan oleh banyak hal, mulai dari ciri biologisnya yaitu umur, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah tanggungan dan pengalaman kerja [3]. Faktor biologis ini mempengaruhi perilaku individu dalam perkembangan kehidupannya, pada sisi lainnya perilaku individu juga ditentukan oleh kepribadiannya. Kepribadian adalah keseluruhan cara bagaimana individu bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain [3]. Kepribadian banyak ditentukan oleh bawaan kelahiran, namun dapat berubah karena kondisi dan situasi tertentu yang berubah. Berbagai karakter yang tampak dalam kepribadian misalnya, agresif, malu, malas, ambisius, jujur dan setia, hal lain yang mempengaruhi perilaku individu adalah persepsi. Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses di mana individu memberikan arti terhadap suatu fenomena yang terjadi, berdasarkan kesan yang ditangkap oleh panca inderanya [4].

Persepsi adalah suatu proses dengan mana individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesannya untuk memberikan arti tertentu pada lingkungannya. Perilaku manusia seringkali dituntun oleh persepsinya terhadap suatu realita, bukan realitas dirinya sendiri [3]. Dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita melihat bahwa pandangan masing-masing orang dapat berbeda, melihat suatu objek yang sama, jadi persepsi itu dapat ditegaskan sebagai pandangan masing-masing orang terhadap suatu objek berdasarkan atas penilaiannya, dengan demikian setiap orang ada kemungkinannya berperilaku yang berbeda dalam menanggapi suatu objek tertentu.

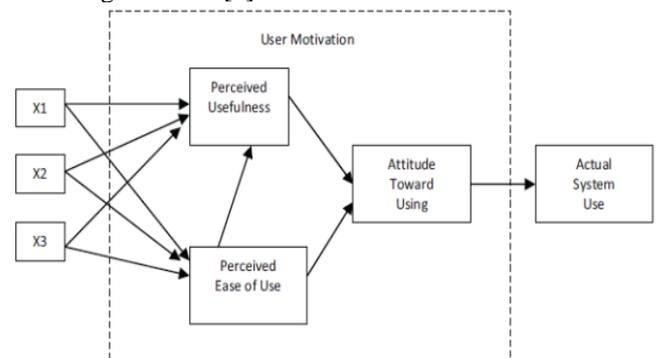
Faktor lain yang juga mempengaruhi perilaku individu adalah sikap. Sikap adalah predisposisi (kecenderungan) untuk bereaksi dengan cara menyenangkan atau tidak terhadap objek [3]. Sikap berhubungan dengan perilaku, berdasarkan sikapnya seseorang cenderung berperilaku tertentu. Sikap berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek, sikap konsekuensinya dapat diamati, tetapi sikap itu sendiri tidak dapat diamati. Sikap secara psikologis berhubungan dengan persepsi dan tingkah laku seseorang. Sikap merupakan kesiapan mental, yaitu suatu proses yang berlangsung dalam diri seseorang, bersama dengan pengalaman individual

masing-masing dalam mengarahkan dan menentukan respons terhadap berbagai objek dan situasi [5].

Penilaian seseorang akan membentuk dan mempengaruhi penghayatan terhadap stimulus. Penilaian akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap, untuk mempunyai penilaian dan penghayatan seseorang harus memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berkaitan dengan objek psikologis, apakah penghayatan akan membentuk sikap positif atau negatif tergantung dari berbagai faktor. Tidak adanya pengalaman dan pengetahuan terhadap objek psikologis cenderung akan membentuk sikap yang negatif terhadap objek tersebut. Terkait dengan perilaku individu dapat ditegaskan bahwa persepsi dapat menentukan sikap dan sikap juga dapat mempengaruhi persepsi. Persepsi dapat mempengaruhi perilaku individu. Sikap juga dapat mempengaruhi perilaku individu. Persepsi dan sikap secara bersamaan akan mempengaruhi perilaku individu.

B. Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi menurut Davis et al (1986) [6] adalah sebuah teori tentang penggunaan sistem teknologi yang dianggap sangat berpengaruh dan digunakan sebagai model untuk menjelaskan penerimaan seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi. Terdapat 4 konstruk dalam model original TAM seperti yang disajikan pada Gambar 2.1 yaitu sebagai berikut [6]:



Gambar 1 Model Original TAM

Bagan yang dikemukakan pada gambar 2.1 dapat dijelaskan, bahwa penerimaan terhadap teknologi ditentukan oleh persepsi seseorang terhadap teknologi yang ada atau ditawarkan pada masyarakat. Teknologi tersebut dilambangkan dengan simbol x1, x2 dan x3. Persepsi itu meliputi dua hal yaitu persepsi masyarakat tentang manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan persepsi

masyarakat tentang kemudahan dalam penggunaannya (*perceived easy of use*).

Kedua persepsi tersebut akan menentukan sikap penggunaan teknologi. Sikap dalam hal ini belum merupakan tindakan nyata dalam menggunakan teknologi tersebut. Sikap merupakan kecenderungan seseorang sebelum melakukan tindakan yang sesungguhnya. Kecenderungan sikap itu, kemudian akan menentukan perilaku yang sesungguhnya terhadap penggunaan teknologi, manakala seseorang bersikap positif terhadap sesuatu yang dipersepsikan, akan menentukan perilaku mereka atas sesuatu yang dipersepsikan tersebut. Dalam kontekstual penelitian ini dapat dikatakan suatu teknologi yang ada di masyarakat akan mendapatkan respon oleh seseorang, selanjutnya membentuk persepsi terhadap teknologi tersebut. Persepsi mereka itu kemudian akan membentuk sikap, yang selanjutnya akan menentukan perilaku yang sesungguhnya.

C. Persepsi Manfaat Yang Dirasakan (*perceived usefulness*)

Dalam pemodelan teori TAM, persepsi itu dikaitkan dengan kepercayaan ataupun keyakinan pengguna terhadap teknologi informasi yang akan dipakai. Davis et al (1986) mengatakan, sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (*“the degree to which a person believes that using a particular system would in hance his or job performance”*), artinya pemilihan suatu teknologi oleh pengguna pada umumnya terkait dengan kebutuhan pekerjaannya. Suatu teknologi akan dipakai, manakala persepsi pengguna meyakini bahwa teknologi itu bermanfaat untuk dapat meningkatkan kinerja maupun produktivitas kerja.

Komponen-komponen penilaian persepsi kemanfaatan pada TAM, yang semula dipakai oleh Davis et al (1986) antara lain:

- 1) Kualitas kerja (*Quality of work*)
- 2) Mengontrol pekerjaan (*Control over work*)
- 3) Bekerja lebih cepat (*Work more quickly*)
- 4) Penting untuk pekerjaannya (*Critical to my job*)
- 5) Meningkatkan produktivitas (*Increase productifity*)
- 6) Kinerja pekerjaan (*Job performance*)
- 7) Menyelesaikan pekerjaan lebih banyak (*Accomplish more work*)
- 8) Efektif (*Effectiveness*)
- 9) Mempermudah pekerjaan (*Makes job easy*)

- 10) Bermanfaat (*Usefull*) [7]

Komponen yang diukur tersebut di atas disempurnakan kembali oleh Davis et al (1986) dan dinyatakan sebagai indikator yang lebih praktis untuk diterapkan dalam suatu penelitian, antara lain:

- 1) Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*)
- 2) Meningkatkan kinerja (*improve job performance*)
- 3) Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
- 4) Efektifitas (*effectiveness*)
- 5) Mempermudah pekerjaan (*make job easy*)
- 6) Bermanfaat (*usefull*) [7]

D. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived easy of use*)

Persepsi kemudahan penggunaan berkenaan dengan pemikiran bahwa jika suatu teknologi itu dipercayai mudah untuk dipelajari dalam penggunaannya kemungkinan besar teknologi itu akan diminati oleh penggunanya dengan arti lain orang akan memilih teknologi yang mudah dipelajari. Davis et al (1986) pada awalnya mengembangkan indikator-indikator yang dipakai mengukur persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) adalah sebagai berikut:

- 1) Rumit (*Cubersome*)
- 2) Mudah untuk dipelajari (*Ease of learning*)
- 3) Frustrasi (*Frustrating*)
- 4) Dapat dikontrol (*Controllable*)
- 5) Kaku dan tidak fleksibel (*Rigid & inflexible*)
- 6) Mudah diingat (*Ease of remembering*)
- 7) Upaya mental (*Mental effort*)
- 8) Dapat dimengerti (*Understandable*)
- 9) Upaya untuk menjadi terampil (*Effort to be skillful*)
- 10) Mudah digunakan (*Easy to use*)

Kemudian Davis et al (1986) kembali menyempurnakan indikator-indikator tersebut di atas, menjadi indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Dapat dikontrol (*controllable*)
- 3) Jelas & dapat dipahami (*clear & understandable*)
- 4) Fleksibel (*flexible*)
- 5) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*)
- 6) Mudah digunakan (*easy to use*).

E. Sikap Penggunaan Teknologi (*attitude toward using*)

Sikap adalah pernyataan yang bersifat evaluatif (menilai), yang menunjukkan rasa suka atau tidak suka terhadap suatu obyek ataupun kejadian [4]. Sikap seseorang sangat dipengaruhi oleh kriteria penilaiannya. Kriteria tersebut terbentuk melalui proses interaksi sosial.

Mitchell (1982) mengatakan *attitude could be seen as a preposition to respond in a favorable or unfavorable way to objects, persons, concepts or whatever* [3], artinya sikap merupakan predisposisi untuk bereaksi dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek, orang, konsep atau apa saja. Sikap berhubungan dengan perilaku. Berdasarkan sikapnya terhadap sesuatu, seseorang cenderung untuk berperilaku tertentu. Sikap terikat erat dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek, sikap konsekuensinya dapat diamati, sedangkan sikap itu sendiri tidak dapat diamati [3], dari kedua pernyataan di atas dapat ditegaskan bahwa sikap itu merupakan hasil evaluasi di dalam diri seseorang terhadap sesuatu yang dihadapi sebelum memutuskan untuk berperilaku. Hasil evaluasinya itu berupa perasaan seseorang mulai dari perasaan senang hingga tidak senang, ada juga yang mengatakan hasil evaluasi perasaan tersebut mulai dari menerima hingga menolak [7].

Davis, et al (1986) menyatakan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) adalah sikap pengguna dalam menerima atau menolak adanya sistem teknologi informasi yang akan dilakukan oleh pengguna, dalam melakukan pekerjaannya [8], jadi di sini sikap penerimaan itu berkenaan dengan penerimaan dan penolakan penggunaan teknologi. Pada banyak hasil penelitian yang menggunakan dasar teori TAM, indikator variabel sikap tersebut ditemukan banyak variasi. Siti Rokhmah dan Putri Wahyu Setyaningsih (2020), mengukur variabel sikap dengan tiga indikator yaitu, persepsi, rasa suka dan rasa puas [9]. Persepsi itu berkenaan dengan proses pemberian arti terhadap suatu teknologi yang sedang direspon. Rasa suka berkenaan dengan pengalaman saat sedang menggunakan suatu teknologi. Rasa puas berkenaan dengan evaluasi menyeluruh pengalaman pengguna teknologi.

Penelitian Widia Afriani Perangin-angin, Agustini Dyah Respati dan Maharani Dhian Kusumawati (2016) dalam meneliti sikap pengguna e-faktur, juga dilakukan dengan tiga indikator yaitu persepsi, perasaan suka dan perasaan menyenangkan [8]. Ketiga indikator ini maknanya serupa

dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti Siti Rokhmah dan Putri Wahyu Setyaningsih (2020).

F. Penggunaan Yang Sesungguhnya (*actual system use*)

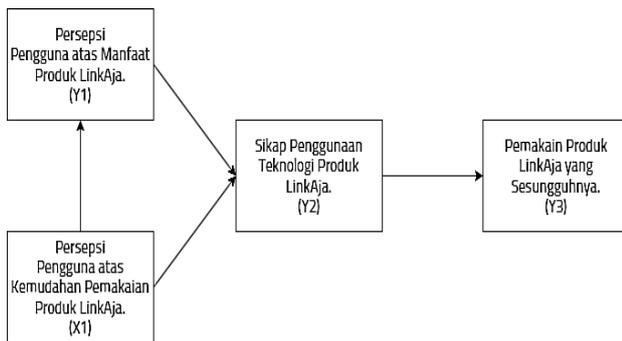
Davis et al (1986) mengatakan bahwa "*actual use*" itu adalah sebagai "*a person's performance of specific behaviour*" artinya perilaku tertentu yang ditunjukkan secara nyata pada masing-masing orang. Perilaku secara nyata penggunaan sistem informasi tersebut, antara lain dapat dilihat dari: intensitas penggunaan sistem informasi, frekuensi pengguna menggunakan sistem informasi, maupun penggunaan sistem informasi yang sebenarnya secara terus-menerus [7].

Intensitas menurut kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai keadaan yang mencerminkan kuatnya, hebatnya, gelora dan sejenisnya. Dalam kontekstual pemakaian teknologi alat pembayaran elektronik, intensitas itu dapat dinilai dari berbagai jenis pembayaran elektronik yang dilakukan oleh pengguna. Dalam bahasa yang lebih sederhana dapat dikatakan banyaknya ragam pembelanjaan yang dilakukan oleh pengguna dilakukan pembayarannya dengan pembayaran elektronik. Frekuensi pengguna menggunakan sistem informasi, diartikan sebagai terjadinya sebuah peristiwa dalam suatu waktu, dalam kontekstual penelitian ini dapat dinilai dari seringnya penggunaan alat pembayaran elektronik yang dilakukan oleh pengguna. Penggunaan sistem informasi yang sebenarnya secara terus-menerus, hal ini berkenaan keberlanjutan penggunaan, dalam kontekstual alat pembayaran elektronik, dapat diketahui dari pernyataan pengguna akan menggunakannya secara terus menerus.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang diteliti, sekaligus pula mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, serta teknik analisis statistik yang digunakan [10]. Pola pikir penelitian ini dapat dijelaskan seperti berikut ini.



Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian baik kuantitatif maupun karakteristik tertentu yang diputuskan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya [11]. Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang akan diamati secara seksama untuk dipelajari fenomenanya yang ingin diketahui [11], untuk mempertimbangkan besarnya jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini populasi pengguna aplikasi LinkAja di kota Denpasar masih belum diketahui secara pasti jumlahnya, maka dari itu peneliti memutuskan untuk menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* merupakan suatu rumus pendekatan dalam melakukan perhitungan jumlah sampel dengan total populasi yang masih belum diketahui secara pasti jumlahnya. Berikut merupakan rumus dari *Lemeshow* [12]:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

$z^2_{1-\alpha/2}$ = z merupakan skor pada $1-\alpha/2$ tingkat kepercayaan untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Estimasi Proporsinya 50% = 0,5

d = Presisi yang digunakan

Sehingga diperoleh jumlah sampel:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$= 96,04 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96,04 responden, pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden.

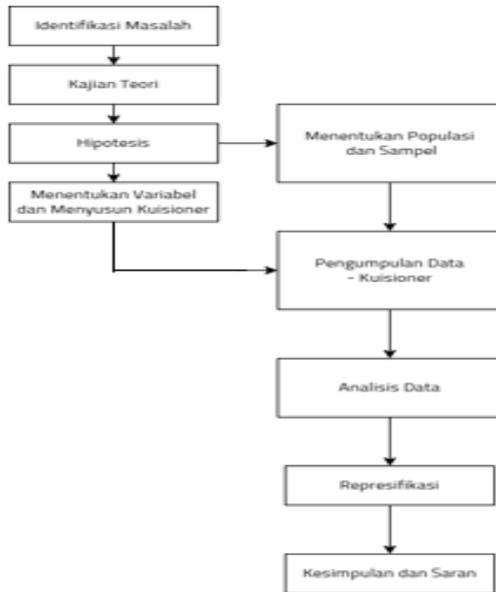
Teknik sampling adalah merupakan cara pengambilan sampel yang akan dipelajari [10]. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive accidental sampling*. Pada teknik *purposive sampling* ini pengambilan sampel dilakukan dengan cara pemilihan yang sengaja oleh peneliti [11]. Juga dikatakan sebagai cara pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu [10], pertimbangan yang dipakai pada teknik *purposive sampling* ini adalah responden bertempat tinggal di Denpasar, responden merupakan pengguna aktif aplikasi LinkAja dan pertimbangan tempat dimana orang melakukan pembelian atau top up LinkAja di empat kecamatan. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data [10], yaitu pelanggan yang sedang berada di lokasi penelitian dan sedang melakukan pembelian atau top up LinkAja di empat kecamatan Denpasar serta bersedia mengisi angket kuesioner dengan kondisi yang sebenar-benarnya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik analisis model *Structural Equation Modeling (SEM)*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis model SEM yang akan dibantu dengan menggunakan software Smart PLS.

D. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian atau alur dari penelitian ini digambarkan secara umum, sebagai berikut:



Gambar 3. Rancangan Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengolahan Data Statistik Distribusi Frekuensi

Persepsi responden terhadap variabel pada penelitian ini dilakukan dengan menganalisis statistik distribusi frekuensi setiap penilaian dari indikator variabel persepsi responden terhadap variabel penelitian. Berikut merupakan hasil analisis statistik distribusi frekuensi:

Tabel 1. Deskripsi Persepsi Pengguna Terhadap Variabel Kemudahan Produk LinkAja

Indikator Variabel	Frekuensi Penilaian Responden					Jumlah Responden
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
X1.1	0	0	5	77	18	100
X1.2	0	0	13	76	11	100
X1.3	0	0	26	67	7	100
X1.4	0	7	35	54	4	100
X1.5	0	0	38	61	1	100
X1.6	0	0	40	57	3	100
Persentase jawaban	0	1.16667	26.166667	65.333333	7.333333	100%

Keterangan indikator: X1: Kemudahan penggunaan, X1.1: Mudah dipelajari, X1.2: Mudah dikontrol, X1.3: Mudah dipahami, X1.4: Fleksibel, X1.5: Mudah menjadi terampil, X1.6: Mudah digunakan

Berdasarkan Tabel 1. dapat dijelaskan bahwa dari hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik distribusi

frekuensi diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas kemudahan penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 65% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa produk LinkAja mudah digunakan.

Tabel 2. Deskripsi Persepsi Pengguna Terhadap Variabel Manfaat Penggunaan Produk LinkAja

Indikator Variabel	Frekuensi Penilaian Responden					Jumlah Responden
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Y1.1	0	0	7	84	9	100
Y1.2	0	0	20	74	6	100
Y1.3	0	0	29	68	3	100
Y1.4	0	0	27	67	6	100
Y1.5	0	0	4	87	9	100
Y1.6	0	3	40	57	0	100
Persentase jawaban	0	0.5	21.166667	72.833333	5.5	100%

Keterangan indikator: Y1: Manfaat penggunaan, Y1.1: Mempercepat pekerjaan, Y1.2: Meningkatkan kinerja, Y1.3: Meningkatkan produktivitas, Y1.4: Efektif dalam penggunaan, Y1.5: Mempermudah pekerjaan, Y1.6: berguna

Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa dari hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik distribusi frekuensi diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas manfaat penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 72% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa produk LinkAja bermanfaat pada penggunaannya.

Tabel 3. Deskripsi Persepsi Sikap Pengguna Terhadap Penggunaan Teknologi Produk LinkAja

Indikator Variabel	Frekuensi Penilaian Responden					Jumlah Responden
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Y2.1	0	0	26	65	9	100
Y2.2	0	0	15	82	3	100
Y2.3	0	0	30	70	0	100
Persentase jawaban	0	0	23.666667	72.333333	4	100%

Keterangan indikator: Y2: Sikap penggunaan, Y2.1: Merasa nyaman, Y2.2: Merasa suka, Y2.3: Merasa puas

Berdasarkan Tabel 3. dapat dijelaskan bahwa dari hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik distribusi frekuensi diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas sikap penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 72% yang artinya sebagian

besar memberikan penilaian baik bahwa pengguna merasa nyaman, suka dan puas pada penggunaannya.

Tabel 4. Deskripsi Persepsi Pengguna Terhadap Penggunaan Sesungguhnya Produk LinkAja

Indikator Variabel	Frekuensi Penilaian Responden					Jumlah Responden
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Y3.1	0	0	11	87	2	100
Y3.2	0	0	1	97	2	100
Y3.3	0	0	8	90	2	100
Persentase jawaban	0	0	6.6666 667	91.333 33	2	100%

Keterangan indikator: Y3: Penggunaan sesungguhnya, Y3.1: Pengguna semua transaksi, Y3.2: Pengguna setiap hari, Y3.3: Pengguna secara berkelanjutan

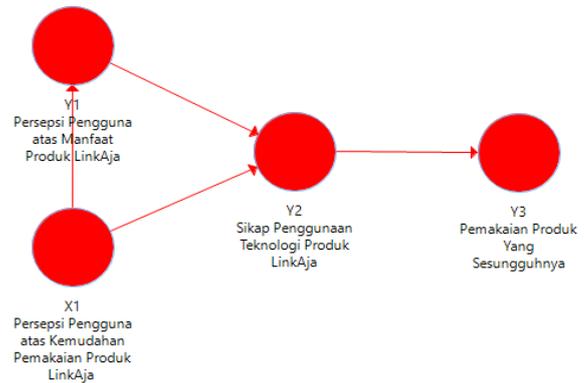
Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa dari hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik distribusi frekuensi diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas penggunaan yang sesungguhnya yang ditunjukkan pengguna produk LinkAja dengan responden sebesar 91% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa pengguna mempunyai maksud dan berniat menggunakan produk LinkAja secara berkelanjutan.

B. Hasil Pengolahan Data Analisis Model SEM

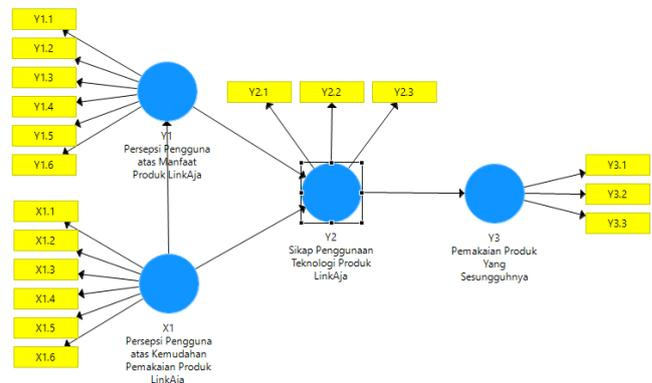
Pengolahan data penelitian dilakukan ketika semua data telah terkumpul dengan tujuan untuk mengetahui hasil dari penelitian yang dilakukan. Adapun pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini melalui tiga tahap berdasarkan pada kerangka penelitian. Ketiga tahap tersebut diantaranya: estimasi model atau perancangan inner model dan outer model, serta pengujian hipotesis penelitian melalui hubungan langsung.

1. Estimasi Model

Pada tahapan estimasi model dilakukan perancangan terhadap *inner* model dan *outer* model Perancangan *inner* model digambarkan melalui hubungan antar variabel laten yang didasari pada hipotesis penelitian. Perancangan *outer* model digambarkan melalui hubungan yang mengalir dari variabel laten ke variabel teramati (indikator) sehingga terlihat variabel laten dicerminkan oleh variabel teramati (indikator) atau dapat dikatakan bahwa variabel teramati (indikator) yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reflektif. Adapun perancangan *inner* model dan *outer* model dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 4 dan Gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 4. Rancangan *Inner* Model



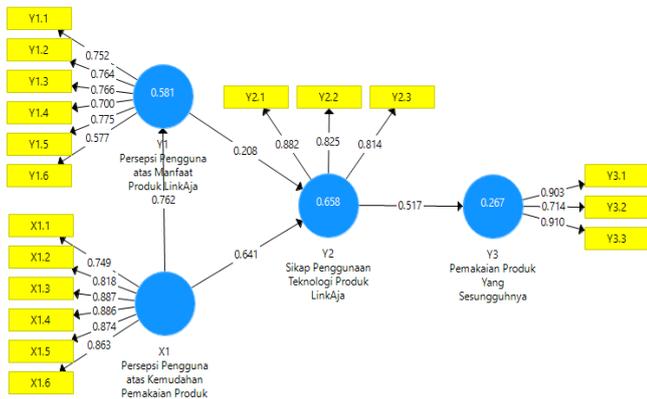
Gambar 5. Rancangan *Outer* Model

Sumber: Hasil pengolahan *software smartPLS*

2. Evaluasi Model

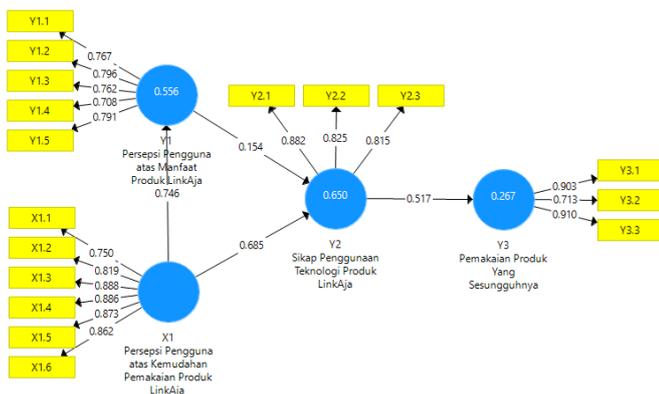
Tahap Kedua peneliti mengevaluasi model yang telah dirancang sebelumnya dengan bantuan SmartPLS 3.0 sebagai berikut:

Convergent validity, dinilai berdasarkan *loading factor* (nilai indikator) yang dihitung dengan *PLS Algorithm* pada *software smartPLS 3.0* dengan ketentuan nilai *loading factor* > 0,6 maka indikator terbukti valid dan suatu indikator tidak diterima atau dihilangkan dari model pengukuran ketika nilai *loading factor* < 0,6. Berikut hasil *loading factor* yang didapatkan:



Gambar 6. Nilai Loading Factors Model Pertama

Berdasarkan gambar 6. menunjukkan bahwa tidak semua indikator yang mengukur setiap variabel laten memiliki nilai *loading factor* diatas 0,6. Indikator manfaat LinkAja dalam membantu mencapai tujuan (Y1.6) yang mengukur variabel persepsi pengguna atas manfaat produk LinkAja tidak diterima dan harus dihilangkan dari model karena memiliki nilai 0.577. Setelah dilakukannya eliminasi indikator, maka selanjutnya model harus dieksekusi kembali untuk memastikan apakah semua nilai dari indikator telah diatas 0,6 dan akan memperoleh nilai *loading factor* baru.



Gambar 7. Nilai Loading Factors Model Kedua

Gambar 7. menunjukkan bahwa sudah tidak ada lagi indikator dari model yang mempunyai nilai *loading factor* dibawah 0,6 sehingga seluruh indikator dalam model dapat dikatakan mampu untuk mengukur variabel masing-masing.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* melalui SmartPLS 3.0. Hasil *bootstrapping* dapat melihat hasil *path coefficient* dan statistic uji t. Pernyataan hipotesis dapat

diterima apabila nilai t-statistik > 1,96 sedangkan pernyataan hipotesis dapat ditolak apabila nilai t-statistik < 1,96.

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Pengaruh Langsung	Original Sample	Standard Deviation	T-Statistics	Status
Persepsi Pengguna atas Kemudahan Penggunaan (X1) -> Persepsi Pengguna atas Manfaat (Y1)	0.75	0.04	16.74	Diterima
Persepsi Pengguna atas Kemudahan Penggunaan (X1) -> Sikap Penggunaan Teknologi (Y2)	0.68	0.11	6.33	Diterima
Persepsi Pengguna atas Manfaat (Y1) -> Sikap Penggunaan Teknologi (Y2)	0.15	0.12	1.28	Ditolak
Sikap Penggunaan Teknologi (Y2) -> Penggunaan Produk Yang Sesungguhnya (Y3)	0.52	0.07	7.61	Diterima

Berdasarkan hasil pengujian hubungan langsung yang tersaji dalam table 4.12 secara statistik menunjukkan hubungan antar variabel berikut:

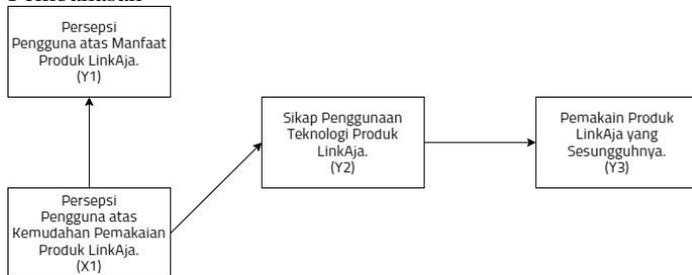
1. Hubungan variabel persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan (X1) terhadap persepsi pengguna atas manfaat (Y1) menunjukkan pengaruh **positif** dengan nilai *original sample* sebesar 0,75. Kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh hubungan yang **signifikan**, dengan nilai *t-statistics* yang diperoleh sebesar 16,74. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hubungan dapat diterima**.
2. Hubungan variabel persepsi pengguna atas manfaat (Y1) terhadap sikap penggunaan teknologi (Y2) menunjukkan pengaruh **positif** dengan nilai *original sample* sebesar 0,15. Kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh hubungan yang **tidak signifikan**, dengan nilai *t-statistics* yang diperoleh sebesar 1,28. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hubungan ditolak**.
3. Hubungan variabel persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan (X1) terhadap sikap penggunaan teknologi (Y2) menunjukkan pengaruh **positif** dengan nilai *original sample* sebesar 0,68. Kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh hubungan yang **signifikan**, dengan nilai *t-statistics* yang diperoleh sebesar 6,33.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hubungan dapat diterima.**

4. Hubungan variabel sikap penggunaan teknologi (Y2) terhadap penggunaan produk yang sesungguhnya (Y3) menunjukkan pengaruh **positif** dengan nilai *original sample* sebesar 0,52. Kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh hubungan yang **signifikan**, dengan nilai *t-statistics* yang diperoleh sebesar 7,61. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hubungan dapat diterima.**

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung, dari 4 (empat) hipotesis yang diuji terdapat 1 (satu) hipotesis yang ditolak yakni hubungan variabel persepsi pengguna atas manfaat (Y1) terhadap sikap penggunaan teknologi (Y2) yang menunjukkan hubungan tidak signifikan karena nilai *t-statistics* yang diperoleh sebesar 1,28, kurang dari 1,96 walaupun memiliki nilai *original sample* sebesar 0,15 atau berpengaruh positif..

Pembahasan



Gambar 8. Represifikasi Model Hasil Penelitian

Adapun pembahasan model dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan represiikasi model sesuai Gambar 8. sebagai berikut:

- a) Persepsi pengguna atas kemudahan penggunaan produk LinkAja adalah baik.

Hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik dengan metode analisis indeks diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas kemudahan penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 65% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa produk LinkAja mudah digunakan.

- b) Persepsi pengguna atas manfaat produk LinkAja adalah baik.

Hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik dengan metode analisis indeks diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas manfaat penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 72%

yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa produk LinkAja bermanfaat pada penggunaannya.

- c) Sikap pengguna atas penggunaan teknologi produk LinkAja adalah baik.

Hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik dengan metode analisis indeks diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas sikap penggunaan produk LinkAja dengan responden sebesar 72% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa pengguna merasa nyaman, suka dan puas pada penggunaannya.

- d) Penggunaan sesungguhnya produk LinkAja yang ditunjukkan oleh pengguna adalah baik.

Hasil penilaian menggunakan pengolahan statistik dengan metode analisis indeks diketahui bahwa dari 100 orang responden rata-rata memberikan penilaian setuju atas penggunaan yang sesungguhnya yang ditunjukkan pengguna produk LinkAja dengan responden sebesar 91% yang artinya sebagian besar memberikan penilaian baik bahwa pengguna mempunyai maksud dan berniat menggunakan produk LinkAja secara berkelanjutan.

- e) Persepsi yang baik atas kemudahan penggunaan produk LinkAja berpengaruh pada baiknya manfaat penerimaan penggunaan produk LinkAja.

Hasil pengujian hubungan yang dilakukan menggunakan *software* SmartPLS memperoleh bahwa dari 100 responden yang diteliti hasil penilaian menunjukkan bahwa hubungan kemudahan penggunaan terhadap manfaat penggunaan, memang benar adanya hubungan yang signifikan.

- f) Persepsi yang baik atas manfaat produk LinkAja berpengaruh pada baiknya sikap penerimaan penggunaan produk LinkAja.

Hasil pengujian hubungan yang dilakukan menggunakan *software* SmartPLS memperoleh bahwa dari 100 responden yang diteliti hasil penilaian menunjukkan bahwa hubungan manfaat penggunaan dengan sikap penggunaan teknologi tidak membentuk hubungan yang signifikan.

- g) Persepsi yang baik atas kemudahan penggunaan produk LinkAja berpengaruh pada baiknya sikap penerimaan penggunaan produk LinkAja.

Hasil pengujian hubungan yang dilakukan menggunakan *software* SmartPLS memperoleh bahwa dari 100 responden yang diteliti hasil penilaian menunjukkan bahwa hubungan kemudahan penggunaan terhadap manfaat penggunaan, memang benar adanya hubungan yang signifikan.

h) Baiknya sikap penerimaan penggunaan produk LinkAja berpengaruh pada baiknya perilaku sesungguhnya penggunaan produk LinkAja.

Hasil pengujian hubungan yang dilakukan menggunakan *software* SmartPLS memperoleh bahwa dari 100 responden yang diteliti hasil penilaian menunjukkan bahwa hubungan sikap penggunaan terhadap penggunaan yang sesungguhnya memang benar adanya hubungan yang signifikan.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Persepsi kemudahan penggunaan produk LinkAja dinilai responden mudah dalam penggunaannya, 2. Persepsi manfaat penggunaan produk LinkAja dinilai responden berguna dalam penggunaannya, 3. Sikap penggunaan produk LinkAja yang dirasakan responden dinilai baik, responden merasa nyaman, puas dan suka dalam penggunaannya, 4. Penggunaan yang sesungguhnya produk LinkAja yang ditunjukkan responden dinilai baik menggunakan produk dan responden bermaksud menggunakan secara berkelanjutan produk LinkAja., 5. Hasil uji *software* SmartPls terdapat hubungan persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat penggunaan produk LinkAja, 6. Hasil uji *software* SmartPls tidak terbentuk hubungan persepsi manfaat penggunaan terhadap sikap penggunaan manfaat produk LinkAja, 7. Hasil uji *software* SmartPls terdapat hubungan persepsi kemudahan terhadap persepsi sikap penggunaan produk LinkAja, 8. Hasil uji *software* SmartPls terdapat hubungan sikap penggunaan terhadap penggunaan yang sesungguhnya produk LinkAja.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu: 1. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak, dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian berikutnya. 2. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *software* SmartPls menunjukkan hubungan yang tidak terbentuk antara variabel manfaat penggunaan produk dengan sikap penggunaan produk, diharapkan peneliti selanjutnya dalam penelitiannya dapat mencari faktor apa yang tidak membentuk hubungan kemudahan terhadap sikap penggunaan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yunike Purnama, "Dompnet Digital Paling Banyak Dipakai di Indonesia," *Kabarsiger.com*, 2021. <https://kabarsiger.com/read/dompnet-digital-paling-banyak-dipakai-di-indonesia> (accessed Nov. 25, 2021).
- [2] Dwi Hadya Jayani, "Persaingan Dompnet Digital di Indonesia," *iPrice*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompnet-digital-terbesar-di-indonesia> (accessed Oct. 12, 2021).
- [3] U. Nimran, *Perilaku Organisasi*, Edisi Revi. Surabaya: CV Citra Media Karya Anak Bangsa, 1999.
- [4] J. Suprihanto, A. M. Harsiwi, and P. Hadi, "Perilaku organisasional," *Yogyakarta STIE KPN*, 2003.
- [5] S. W. Sarwono and E. A. Meinarno, "Psikologi sosial," *Jakarta: Salemba Humanika*, vol. 77, 2009.
- [6] F. D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results." Massachusetts Institute of Technology, 1980.
- [7] E. Fatmawati, "Technology Acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi di perpustakaanM INFORMASI PERPUSTAKAAN," *Iqra J. Perpust. dan Inf.*, vol. 9, no. 1, p. 196942, 2015.
- [8] W. A. Perangin-angin, A. D. Respati, and M. D. Kusumawati, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Faktur," *J. Ris. Ekon. dan Manaj.*, vol. 16, no. 2, p. 307, 2016, doi: 10.17970/jrem.16.1602010.id.
- [9] P. W. S. Siti Rokhmah, "Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Aplikasi E-Learning Dikalangan Dosen Dan Mahasiswa Itb Aas Indonesia," *Proceeding Semin. Nas. Call Pap.*, no. November, pp. 210–218, 2020.
- [10] P. D. Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [11] A. N. A. Redioka, *Pengantar Metode Penelitian*. Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Politik Wira Bhakti Denpasar, 2010.
- [12] S. Lemeshow and D. W. Hosmer Jr., *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- [13] "Rentang Umur," *BPS*. https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4.
- [14] A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, 5th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2019.