

Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 3 (Studi Kasus Pada Aplikasi Linkaja)

Muhammad Faisal¹. Kraugusteeliana^{2*)}

^{1,2} S1 Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

email: faisal11muhammad@gmail.com, gusteeliana@gmail.com .

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

Abstrak

Digital Payment merupakan teknologi keuangan berbasis server yang bermanfaat bagi pengguna dalam bertransaksi non-tunai. Beberapa orang mengenal *digital payment* sebagai *e-wallet* atau dompet elektronik yang dapat mudah digunakan dalam berbelanja *online*. Salah satu aplikasi *e-wallet* di Indonesia adalah Linkaja. Kini *digital payment* dengan Linkaja sudah terintegrasi dengan beberapa perusahaan, *merchant* atau *marketplace* di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat/niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan digital payment di Aplikasi Linkaja. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah metode *Technology Acceptance Model 3* (Venkatesh dan Bala, 2008) dengan beberapa variabel yaitu: *subjective norms*, *result demonstrability*, *output quality*, *digital payment self-efficacy* dan variabel pada *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989) yaitu: *perceived ease of use*, *perceived usefulness* & *behavioral intention*. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online, kuesioner sudah dirancang diuji validitas kuesioner dengan SPSS dengan total responden 25. Responden tersebut adalah para masyarakat umum yang menggunakan Linkaja. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *subjective norms*, *digital payment self-efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *behavioral intention* memiliki status valid namun *result demonstrability* dan *output quality* memiliki status invalid.

Kata kunci: *E-Wallet, Digital Payment, Technology Acceptance Model, Behavioral Intention*.

1 PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang kian cepat pada saat ini sangat mempengaruhi aktivitas masyarakat dalam beberapa bidang salah satunya adalah bidang jasa keuangan, bisnis serta finansial yang perkembangannya berubah dari konvensional menjadi modern. Hal ini memberikan pengaruh bagi masyarakat baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial. Salah satu inovasi teknologi yang dikembangkan untuk mempermudah bertransaksi adalah layanan *financial technology* atau yang biasa disebut *fintech*.

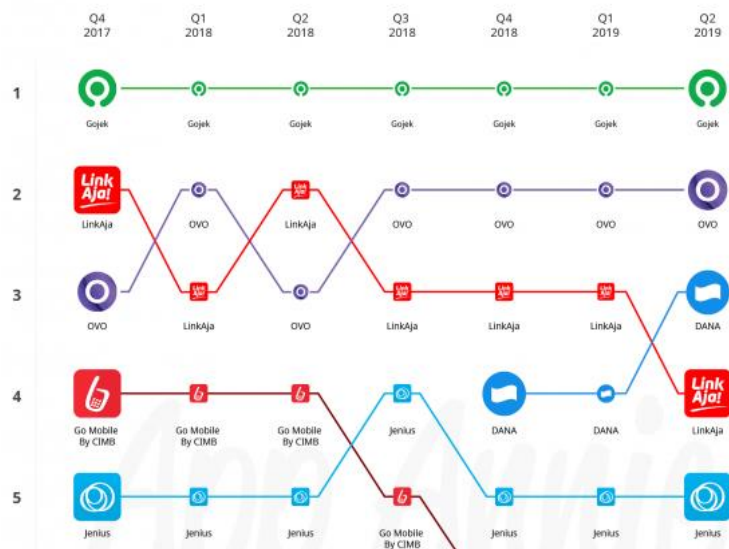
Financial Technology merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2016). Layanan yang terdapat pada *financial technology* meliputi transfer, pembayaran serta transaksi lainnya yang dilakukan dengan praktis. *Fintech* kini di Indonesia memiliki banyak jenis, antara lain peminjaman (*lending*), pembayaran, perencanaan keuangan, dan sebagainya. Layanan yang kini digemari oleh masyarakat adalah transaksi pembayaran

digital berbasis server atau biasa disebut *Digital Payment*.

Digital Payment didefinisikan sebagai tipe pembayaran yang dilakukan secara digital dimana penjual dan pembeli akan bertransaksi secara digital (Patil, Dwicedi, & Rana, 2017). Keunggulan *digital payment* adalah menawarkan nilai kemudahan dan kepraktisan bagi penggunaannya. Di Indonesia digital payment umumnya berbentuk aplikasi *fintech* seperti *electronic wallet (e-wallet)*.

Pertumbuhan perusahaan rintisan (*startup*) saat ini kian meningkat pesat di Indonesia. Hal tersebut mendorong para *owner startup* untuk selalu berinovasi, agar dapat terus bersaing dalam pasar global sekarang ini, salah satu perusahaan rintisan (*startup*) yang digemari oleh masyarakat Indonesia ialah aplikasi *e-wallet* seperti OVO.

Linkaja merupakan aplikasi dompet elektronik (*electronic wallet*) berbasis *server* dari T-Cash (Telkomsel) dan berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berguna untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi non-tunai sehari-hari, seperti pembayaran belanja *online* atau transaksi *offline* di gerai rekanan. Sementara itu, sejak resmi beroperasi pada 22 februari 2019, Linkaja sudah mencapai 26 juta jumlah pengguna hingga kuartal II tahun 2019. Jumlah pengguna 26 juta tersebut salah satunya adalah hasil dari migrasi pengguna aplikasi *fintech* BUMN (t-cash, mandiri e-cash, UnikQu, Tbank) ke aplikasi Linkaja. Menurut Direktur Bank Mandiri, Kartika Wirjotmodjo, menjelaskan bahwa *active users* (pengguna aktif) Linkaja masih rendah yakni hanya sekitar 2 juta hingga 2,5 juta per-bulan.



Gambar 1. Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan.
Sumber : iPrice & App Annie

Pada gambar 1 mengenai grafik dari riset iPrice dan App Annie terhadap pengguna aktif *e-wallet* di Indonesia, menunjukkan bahwa Gojek sebagai dompet digital dengan pengguna aktif bulanan terbesar Indonesia sejak kuartal IV 2017 hingga kuartal II 2019. Peringkat selanjutnya diraih oleh OVO yang berhasil stabil di urutan kedua selama empat kuartal berturut-turut (kuartal III 2018 hingga kuartal II 2019). Pada kuartal I 2018 & kuartal III 2018 Linkaja yang pada saat itu T-Cash turun posisi ke peringkat ketiga digeser oleh OVO, lalu pada kuartal II 2019, posisi Linkaja yang pada saat itu sudah resmi beroperasi, mengalami penurunan kembali sehingga berada di peringkat IV, posisi tersebut berhasil digeser oleh pendatang baru, yaitu DANA yang naik ke peringkat ketiga. Sedangkan, Jenius stabil di peringkat kelima meskipun pada kuartal III sempat naik ke peringkat empat.

Di dalam proses penggunaan aplikasi, seorang *user* dapat berkeputusan *negative* atau *positif* dimana pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh minat perilaku (*Behavior intention*) seseorang. Minat perilaku yang muncul menunjukkan seberapa intensitas seorang pengguna untuk berkomitmen, mengambil keputusan dan bertindak dalam menggunakan teknologi informasi.

Perilaku penggunaan seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terdapat pada variable-

variabel pada pendekatan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) (David, 2014). TAM memfokuskan pada karakteristik perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem aplikasi atau teknologi informasi, dengan hubungan pada variabel-variabel yang tersedia. TAM sudah mengalami perkembangan dari mulai TAM 1, TAM 2 dan yang terbaru adalah TAM 3.

TAM 3 merupakan metode yang dapat digunakan sebagai prediksi adopsi sebuah teknologi informasi. TAM 3 membahas pada model hubungan timbal balik penentu mengapa individu mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi. (Dullo et al, 2015). Penambahan yang diperkenalkan pada TAM 3 meliputi *computer self-efficacy*, *the perception of external control*, *computer anxiety*, dan *computer playfulness*. (Information Resources Management Association (IRMA), 2018). Dalam konteks penelitian yang akan dilakukan maka TAM 3 dapat dikatakan relevan.

Penelitian ini memfokuskan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan *digital payment* dan pada penentuan sejauh mana perilaku konsumen menggunakan teknologi layanan *digital payment*. Dampak dari kurangnya minat konsumen menggunakan teknologi layanan *digital-payment* akan menimbulkan kerugian bagi pihak perusahaan. Diharapkan untuk para penyedia layanan atau perusahaan rintisan (*stratup*) untuk menghadirkan solusi tepat agar masyarakat dapat terlibat dalam penerapan terhadap peningkatan penetrasi pembayaran digital, literasi digital, inklusi dan literasi keuangan di Indonesia.

Bedasarkan uraian latar belakang diatas, mendorong penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Behavioral Intention Pada Penggunaan Digital Payment Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) 3**”. (Studi Kasus Aplikasi Linkaja).

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Digital Payments

2.1.1. Pengertian Digital Payments

Model pembayaran yang dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penggunaanya dalam transaksi pembayaran. (Ming-Yen Teoh et al, 2013).

Wakil dari seluruh pembayaran non-tunai, yang dapat diartikan sebagai transaksi pembayaran elektronik yang dilakukan antara pelaku bisnis dan penjual menggunakan akun tabungan melalui jaringan internet dan jaringan elektronik (Ming-Yen Teoh et al, 2013).

2.1.2. Tipe-tipe Digital Payments

Menurut Basu (2007), terdapat beberapa tipe pada *digital payments*, adalah:

1. *Electronic Cash*
2. *Smart Card*
3. *Electronic Checques*
4. *Credit Card*

Menurut Ming-Yen Teoh (2013). Adapun yang termaksud dalam pembayaran elektronik, ialah sebagai berikut:

1. ATM
2. *E-money*
3. *Internet banking*
4. *Credit Card*
5. *Mobile payment*
6. *Mobile Banking*

2.2 Behavioral Intention

2.2.1. Pengertian Behavioral Intention

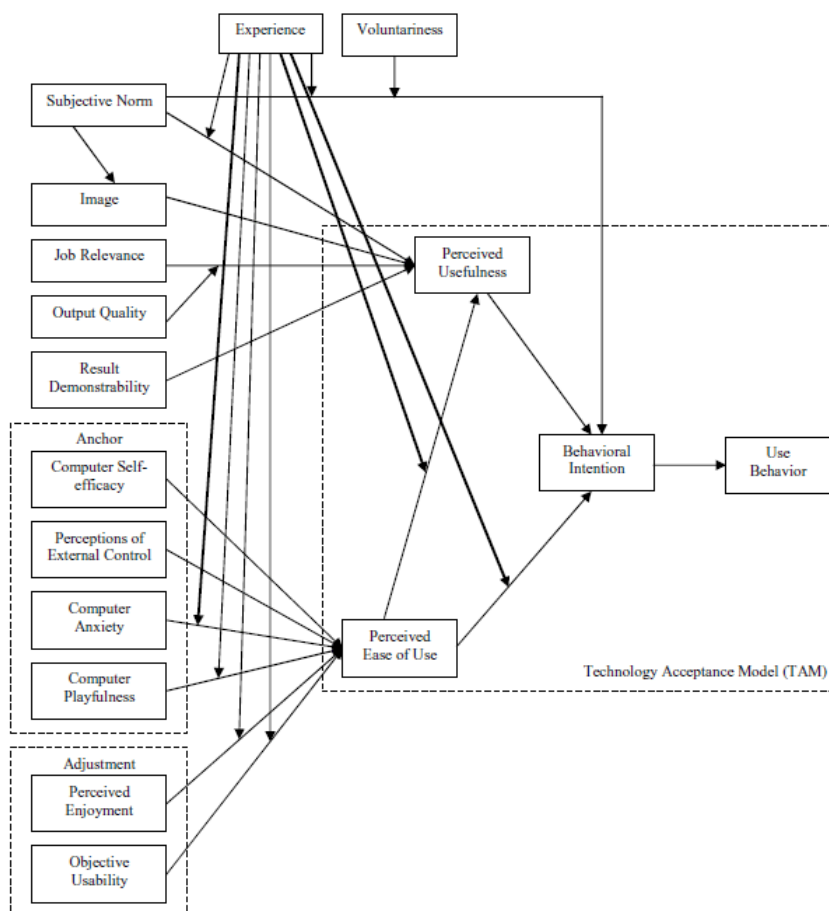
Behavioral Intention to Use adalah kecenderungan niat perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi atau tidak. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989).

Niat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu proporsisi yang menghubungkan diri sendiri dengan tindakan yang akan datang, (Olson dan Peter, 2008). Tindakan tersebut adalah tindakan apakah pengguna akan membeli produk dan jasa atau sebaliknya adalah berperilaku untuk tidak membeli suatu produk atau jasa. Tindakan tersebut merupakan bentuk dari proses persepsi konsumen dari apa yang konsumen persepsikan terhadap produk/jasa tersebut .

2.2.1. Dimensi Behavioral Intention

1. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry(1996) dalam Tjiptono (2011) ditemukan dimensi untuk niat perilaku yaitu:
2. *Loyalty to the company*, suatu keadaan dimana pelanggan melakukan pembelianulang secara teratur, tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah dan mereferensikan kepada oranglain.
3. *Willingness to pay more*, kesediaan untuk melakukan pembayaran yang lebih tinggi dari pada seharusnya untuk memperoleh manfaat yang diterima.
4. *Propensity to switch*, suatu perilaku yang menunjukkan keinginan untuk pindah atau tidak kepihak pesaing.
5. *External response to problem*, mengkomunikasikan ketidakpuasan atas layanan yang diberikan kepada pihak di luar organisasi.
6. *Internal response to problem*, mengkomunikasikan ketidakpuasan atas layanan yang diberikan kepada pihak didalam organisasi

2.4 Konsep Technology Acceptance Model 3



Gambar 2. Technology Acceptance Model 3 (TAM 3)
(Sumber: Venkatesh and Bala, 2008)

TAM 3 merupakan metode yang dapat digunakan sebagai prediksi adopsi sebuah teknologi informasi. TAM 3 membahas pada model hubungan timbal balik penentu mengapa individu mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi. (Dullo et al,m 2015). Penambahan yang diperkenalkan pada TAM 3 meliputi computer self-efccacy, the perception of external control, computer anxiety, dan computer playfulness. (Information Resources Management Associatuon (IRMA, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengujian ini akan menggunakan metode TAM 3 dengan menggunakan instrument variabel yaitu *subjective norms*, *result demonstrability*, *output quality*, *digital payment self efficacy*, *perceived enjoyment*, *objective usability*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness* & *behavioral intention*. Pada pengujian ini menggunakan SPSS IBM 24 sebagai analisis data kuesioner yang sudah di isi oleh 25 responden. Berikut ini adalah rancangan kuesioner seperti terlihat dibawah ini:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel *Subjective Norms*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
Subjective Norms	Pemikiran individu manusia yang mengharuskan untuk melakukan sesuatu atau tidak sama sekali.	SN1	Keluarga antusias menganjurkan saya untuk menggunakan pembayaran digital di aplikasi Linkja	Venkatesh dan Bala (2008)
		SN2	Teman-teman antusias menganjurkan saya untuk menggunakan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	

Tabel 1.1. Hasil uji reabilitas *Subjevtive Norms*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	2

Berdasarkan Tabel 1.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,963 yang berarti bahwa instrumen dari indikator *Subjective Norms* (SN) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel *Result Demonstrability*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
Result Demonstrability	Hasil penggunaan teknologi informasi yang dapat diukur	RD1	Keinginan menceritakan pengalaman pembayaran digital pada aplikasi Linkaja	Venkatesh dan Bala (2008)
		RD2	Penggunaan pembayaran digital di Linkaja baik-baik saja	

Tabel 2.1. Hasil Uji reabilitas *Result Demonstrability*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.380	2

Berdasarkan Tabel 2.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,380 yang berarti bahwa instrumen dari indikator *Result Demonstrability* (RD) tidak layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel *Output Quality*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
Output quality	Tingkat kepercayaan terhadap sistem informasi /teknologi yang digunakan dapat memeberikan hasil yang baik bagi pekerjaan/aktivitas	OQ1	Saya merasa tidak bermasalah dengan output pada sistem pembayaran digital di aplikasi Linkaja	Venkatesh dan Bala

	mereka	OQ2	Saya menilai hasil yang dikeluarkan oleh sistem pembayaran digital Linkaja sangat baik	(2008)
--	--------	-----	--	--------

Tabel 3.1. Hasil Uji reabilitas *Output Quality*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.561	2

Berdasarkan Tabel 3.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,561 yang berarti *Output Quality* (OQ) tidak layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel *Digital Payment Self Efficacy*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Digital Payment Self Efficacy</i>	Tingkat kepercayaan bahwa _system mempunyai kemampuan untuk melakukan tugas tertentu	DPSE1	Saya paham dalam menggunakan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	Venkatesh dan Bala (2008)
		DPSE2	Saya terbuka untuk dibantu dalam penggunaan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	

Tabel 4.1. Hasil Uji reabilitas *Digital Payment Self-Efficacy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	2

Berdasarkan Tabel 4.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,746 yang berarti *Digital Payment Self-Efficacy* (DPSE) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 5. Operasionalisasi Variabel *Perceived Enjoyment*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Perceived Enjoyment</i>	Persepsi individu manusia terhadap penggunaan sistem informasi/teknologi, itu menyenangkan.	PE1	Saya senang mengunakan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	Venkatesh dan Bala (2008)
		PE2	Saya merasa nyaman ketika menggunakan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	

Tabel 5.1. Hasil Uji reabilitas *Perceived Enjoyment*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	2

Berdasarkan Tabel 5.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,775 yang berarti *Perceived Enjoyment* (PE) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 6. Operasionalisasi Variabel *Objective Usability*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Objective Usability</i>	Kemampuan sebuah sistem/teknologi informai/komputer untuk menyelesaikan tugasnya.	OU1	Saya merasa cepat melakukan pembayaran digital di aplikasi Linkaja	Venkatesh dan Bala (2008)
		OU2	Linkaja memiliki kemampuan menyelesaikan pembayaran digital saya	

Tabel 6.1. Hasil Uji reabilitas *Objective Usability*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	2

Berdasarkan Tabel 6.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,849 yang berarti *Objective Usability* (OB) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 7. Operasionalisasi Variabel *Perceived Ease Of Use*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Perceived Ease Of Use</i>	Mudah digunakan	PEOU1	Linkaja sangat mudah digunakan dalam melakukan pembayaran digital	Davis et al. (1989)
	Tidak menyusahkan	PEOU2	Linkaja cocok digunakan untuk pembayaran digital	
	Interaksi	PEOU3	Linkaja memberikan tampilan interaksi yang mudah dimengerti dan jelas	
		PEOU4	Saya pikir sangat mudah menggunakan Linkaja untuk mengerjakan sesuatu yang saya inginkan	

Tabel 7.1. Hasil Uji reabilitas *Perceived Ease Of Use*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	3

Berdasarkan Tabel 7.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,768 yang berarti *Perceived Ease of use* (PEOU) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 8. Operasionalisasi Variabel *Perceived Usefulness*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i>	Kinerja pekerjaan	PU1	Menggunakan Linkaja dapat mempercepat proses pembayaran digital saya	Davis (1989)
	efektivitas	PU2	Transaksi pembayaran digital dengan Linkaja sangat efektif	
	Meningkatkan produktivitas	PU3	Menggunakan Linkaja membuat saya lebih mudah melakukan pembayaran digital	
	waktu	PU4	Menggunakan Linkaja membuat dapat menghemat waktu saya	
	erguna	PU5	Linkaja sangat berguna ketika saya melakukan pembayaran digital	

Tabel Hasil Uji reabilitas *Perceived Usefulness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Berdasarkan Tabel 8.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,772 yang berarti *Perceived Usefulness* (PU) layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 9. Operasionalisasi Variabel *Behavioral Intention*

Variabel	Indikator	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Behavioral Intention</i>	Rencana	B1	Menggunakan Linkaja dapat mempercepat proses pembayaran digital saya	Davis (1989)
	Niat	B12	Saya berniat menggunakan Linkaja sebagai alat pembayaran digital	
		B13	Suka menggunakan Linkaja sebagai alat pembayaran setiap saat	
	Rekomendasi	B14	Menggunakan Linkaja membuat saya lebih mudah melakukan pembayaran digital	

	Prediksi	BI6	Menggunakan Linkaja me Merekomendasikan penggunaan Linkaja sebagai alat pembayaran digital pada saat melakukan transaksi online	
--	----------	-----	---	--

Tabel 9.1. Hasil Uji reabilitas *Behavioral Intention*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	5

Berdasarkan Tabel 9.1. hasil uji kelayakan reabilitas maka yang didapatkan hasilnya adalah 0,661 yang berarti *Behavioral Intention* layak untuk diujikan dalam penelitian.

Tabel 10. Hasil Reabilitas Statistik Keseluruhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.863	.897	25

Berdasarkan data reliability statistics diatas, maka dapat dihitung hasil mean dan varian yaitu:

Tabel 11. Summary Item Statistics

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.578	2.520	3.920	1.400	1.556	.125	25
Item Variances	.402	.140	.923	.783	6.595	.054	25

4 KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian penggunaan digital payment pada aplikasi Linkaja, menunjukan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku (behavioral intention) khususnya doku wallet adalah subjective norms, digital payment self-efficacy, perceived enjoyment, objectivw usability, perceived ease of use dan perceived usefulness. Sedangkan faktor result demonstrability dan output quality memiliki nilai reabilitas yang rendah.

Referensi

Bank Indonesia. (2016) . “*Financial Technology*”, www.bi.go.id, diakses: 20 September 2019.

Basu Swastha, 2007, “*Manajemen Pemasaran Modern*” , Liberty Offset, Yogyakarta.

Decita, D.V. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia*, www.iprice.co.id , diakses: September 21 2019.

Davis,F.D. 1989. ”*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. MIS Quarterly.Vol. 13 No. 5: pp319-339.

Fandy, Tjiptono,(2011), “*Pemasaran Jasa*” , Bayumedia, Malang.

Fredorko, Bacik, Gavurova. (2018). “*Technology acceptance model in e-commerce segment*”. www.researchgate.net/ , diekases: 27 September 2019.

Teoh, Wendy Ming-Yen et.al. (2013). “*Factors affecting consumers’ perception of electronic payment: an empirical analysis*”, Internet Research, Vol. 23 Iss 4 pp. 465 – 485

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). “*Consumer behavior and marketing strategy*” (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Venkatesh, V. dan H. Bala. (2008). “*Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions.*” Decision sciences, 39(2), May, 273- 315.