

**PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN
KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN LAYANAN DALAM
MENGUNAKAN *MOBILE PAYMENT* DI INDUSTRI TRANSPORTASI
*ONLINE***

Piqita Fadilla Bagasworo¹, Ama Suyanto²

¹ Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

² Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

¹piquitafdl@gmail.com, ²amasuyanto@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin terlihat pesat. Terlebih lagi dengan bermunculannya teknologi baru yang semakin memberikan ruang bagi para pebisnis untuk berinovasi dalam mengembangkan bisnisnya. Salah satunya adanya *Mobile payment* untuk mempermudah transaksi pembayaran. Tidak harus menggunakan cash untuk membayar apapun itu, salah satunya kini industri transportasi online sekarang sudah menggunakan mobile payment untuk pembayaran. Penelitian ini berusaha menguji tingkat penerimaan konsumen Transportasi online terhadap inovasi baru Gojek dan Grab pada sistem pembayaran yang dikembangkan yakni Gopay dan Ovo Balance. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh kemanfaatan, kemudahan dan pengalaman terhadap intensitas penggunaan layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah inovasi fintech yang dikembangkan Gojek dan Grab dapat diterima oleh konsumen dan berdampak positif pada penggunaan layanan Gojek. Pengambilan sampel menggunakan teknik kuesioner dengan di olah menggunakan SPSS 23 dengan metode penelitian yaitu regresi berganda dengan 400 responden..

Keyword: Gojek, Grab, Kemanfaatan, Kemudahan, *Mobile payment*, Pengalaman, Transportasi online.

ABSTRACT

The development of the business world at this time is increasingly visible rapidly. Moreover, with the emergence of new technologies that increasingly provide space for business people to innovate in developing their business. One of them is Mobile payment for easy payment transactions. No need to use cash to pay for anything, one of which is now the online transportation industry now uses mobile payment for payment. This study seeks to test the level of consumer acceptance. Online transportation of new Gojek and Grab innovations in the payment system developed is Gopay and Ovo Balance. In addition, this study also examined the effect of benefits, convenience and experience on the intensity of service use. The purpose of this study was to determine whether fintech innovations developed by Gojek and Grab were acceptable to consumers and had a positive impact on the use of Gojek

services. Sampling uses questionnaire techniques by using SPSS 23 with the research method that is multiple regression with 400 respondents.

Keyword: *Gojek, Grab, Benefits, Convenience, Mobile payment, Experience, Online Transportation.*

1. PENDAHULUAN

Mobile payment atau disingkat *Mobile payment* adalah cara pembayaran yang menggunakan mobile phone atau ponsel sebagai sarannya. *Mobile payment* yang banyak dikenal pengguna ponsel tentunya produk perbankan yang disebut Mobile Banking atau disingkat M-Banking. Melalui layanan M-Banking kita bisa melakukan cek saldo rekening tabungan kita di Bank, transfer uang, pembayaran tagihan, termasuk pembelian pulsa isi ulang[1].

Dalam menggunakan *Mobile payment* atau M-Banking masing-masing Bank memiliki menu dan cara yang berbeda, ada yang menggunakan menu yang berasal dari SimCard ponsel kita (disediakan oleh operator seluler yang disebut menu SIM Toolkit), ada yang menggunakan aplikasi Java yang bisa kita klik dari menu ponsel kita, dan ada yang menggunakan kode-kode SMS dan dikirim ke nomor tertentu (SMS Banking). Metode ini sangat praktis sebagai alternatif dari transaksi melalui mesin ATM atau teller di kantor cabang Bank[1].

Selain M-Banking yang umumnya dikelola oleh sistem perbankan, Bank Indonesia telah mengizinkan operator seluler untuk menyelenggarakan sistem pembayaran dengan kartu, khususnya untuk pembayaran mikro (Mikro Payment). Sistem ini disebut sebagai Electronic Wallet (E-Wallet) atau untuk ponsel disebut juga Mobile Wallet (disingkat M-Wallet)[1].

Operator seluler GSM yang sudah memiliki jasa layanan semacam ini adalah Indosat dengan nama Dompotku dan Telkomsel dengan Tcash, sedangkan XL sedang dalam proses dan rencananya akan disebut XL Tunai. Disamping itu ada juga M-Wallet dari Flexi yang kemudian dikelola oleh anak perusahaan Telkom lainnya yaitu Finnet yang dinamakan Mcash[1].

Awal mulanya pertumbuhan layanan *mobile payment* di Indonesia Persisnya pada tahun 2007 dimulai oleh Telkomsel merilis layanan T-Cash, lalu disusul Indosat, dan XL Axiata. Tahun 2012 layanan *mobile payment* mulai beragam, industri perbankan dan pengembang aplikasi mulai masuk di dalamnya[2].

Data menarik justru hadir dari penetrasi pengguna yang ada saat ini. Dua layanan dengan pengguna tertinggi (sekitar 10 juta pengguna) ialah GO-PAY dan TCash, dua layanan dengan tahun kelahiran paling awal dan akhir. Layanan lain yang mulai mendapatkan pertumbuhan pengguna signifikan adalah PayPro dan Ovo balance. Jika mengamati lebih dalam mengapa para pemain tersebut memiliki pengguna yang banyak karena cakupan layanan yang lebih luas[2].

Melalui aplikasi GO-JEK, konsumen kini bisa melakukan berbagai aktivitas, mulai transportasi hingga memesan makanan. Dengan valuasi yang diperkirakan mencapai \$5 miliar, berbagai kegiatan promo dan perluasan terus digencarkan. Terakhir dikabarkan GO-JEK tengah bersiap ekspansi ke pasar regional. Pun demikian dengan TCash yang ingin menjadi platform agnostik yang terlepas dari bayang-bayang Telkomsel[2].

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi adalah salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi[3]

2. *Mobile payment*

Mobile payment adalah sebuah inovasi baru dari proses pertukaran nilai atau instrumen pembayaran yang lain yang bisa digunakan oleh konsumen yang cenderung lebih bergantung pada kecanggihan fitur dari telepon pintar dan otorisasi keuangan konsumen[4]

3. *Preceived of usefulness*

Preceived of usefulness diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan terhadap performanya[5]

4. *Ease of Use* (Kemudahan)

Ease of Use (Kemudahan) adalah suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih[6].

5. Pengalaman Menggunakan Teknologi *mobile payment*

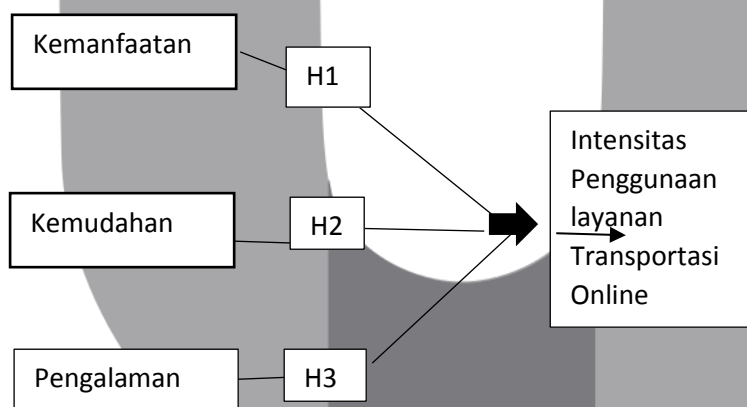
Pengalaman menggunakan teknologi *mobile payment* adalah bahwa pengalaman positif seseorang terhadap sesuatu di masa lalu akan memberikan dampak pada perilaku tertentu terhadap sesuatu yang identic[7]

6. Penggunaan Sistem

Penggunaan Sistem adalah kondisi nyata penggunaan sebuah sistem teknologi informasi yang merupakan bentuk pengukuran terhadap seberapa sering dan lamanya waktu penggunaan teknologi[8].

7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan teori-teori di atas maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut[9] :



Gambar 1 : kerangka pemikiran

8. Hipotesis Penelitian

H1: Faktor kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen Gojek dan Grab pada sistem pembayaran *Mobile payment*[9].

H2 : Faktor kemudahaan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen Gojek dan Grab pada sistem pembayaran *Mobile Paymen*[9].

H3 : Faktor pengalaman menggunakan *Mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen Gojek dan Grab[9].

H4 : terdapat pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, pengalaman secara simultan terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Transportasi Online[9]

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausalitas. penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi)[10].

Variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kemanfaatan(X1), Kemudahan (X2) dan pengalaman sebagai variabel (X3). Sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Intensitas Penggunaan Layanan Transportasi Online(Y)[10].

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Transportasi Online. Dan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penyebaran Solvin dan diperoleh hasil sebanyak 400 responden . Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobably sampling* dengan metode *purposive sampling* [10] .

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner . Jenis skala yang digunakan adalah skala *likert* . Dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran mengenai faktor kemanfaatan, kemudahan dan pengalaman serta intensitas penggunaan layanan transportasi online dan analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel *independen* atau bebas terhadap variabel *dependen* atau terikat . Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23[10].

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Tanggapan Responden terhadap kemanfaatan

bahwa penelitian yang dilakukan pada responden dan memberikan tanggapan responden berdasarkan kemanfaatan dengan mendapatkan rata-rata skor total sebesar 1855 atau 92,81%.

4.1.2 Tanggapan Responden terhadap kemudahan

bahwa penelitian yang dilakukan pada responden dan memberikan tanggapan responden berdasarkan kemanfaatan dengan mendapatkan rata-rata skor total sebesar 1831 atau 91,55%.

4.1.3 Tanggapan Responden terhadap Pengalaman

bahwa penelitian yang dilakukan pada responden dan memberikan tanggapan responden berdasarkan kemanfaatan dengan mendapatkan rata-rata skor total sebesar 1831 atau 93,08%.

4.1.4 Tanggapan Responden terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Transportasi online

bahwa penelitian yang dilakukan pada responden dan memberikan tanggapan responden berdasarkan intensitas penggunaan layanan transaksi online dengan mendapatkan rata-rata skor total sebesar 1786 atau 89,3%.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Uji Normalitas
dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.
2. Uji Heterokedastisitas
merupakan grafik scatter plot dimana distribusi data tidak membentuk pola apapun dan tersebar. Sehingga dapat dikatakan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, atau dengan kata lain terjadi homokedastisitas
3. Uji Multikoleniaritas
bahwa nilai *tolerance* dari variabel Kemanfaatan (X1) 2.124, Kemudahan (X2) 2.337, Pengalaman (X3) 2.307 lebih dari 0,3 dan nilai VIF kurang dari 4. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

4.3 Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.227	.487		2.520	.012		
	Kemanfaatan	.088	.063	.081	1.398	.163	.471	2.124
	Kemudahan	.403	.062	.399	6.542	.000	.428	2.337
	Pengalaman	.203	.066	.187	3.085	.002	.433	2.307

a. Dependent Variable: Intensitas penggunaan layanan transportasi online

Dari tabel 1 dapat diketahui nilai konstanta dan koefisien regresi dalam persamaan adalah sebagai berikut :

- $a = 1,227$ Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki nilai pada konstanta yaitu 1,227 yang menyatakan bahwa apabila variabel dari kemanfaatan, kemudahan dan pengalaman bernilai nol maka berpengaruh positif pada intensitas penggunaan layanan transportasi online.
- $b_1 = 0,088$ Artinya jika variabel kemanfaatan (X_1) meningkat dan variabel lainnya konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,088 satuan. Dapat diartikan bahwa ketika kemanfaatan meningkat maka akan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi online
- $b_2 = 0,403$ Artinya jika variabel kemudahan (X_2) meningkat dan variabel lainnya konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,403 satuan.
- $b_3 = 0,203$ Artinya jika variabel pengalaman (X_3) meningkat dan variabel lainnya konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,203 satuan Dapat diartikan bahwa kemanfaatan, kemudahan dan pengalaman meningkat maka akan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi online

4.4 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.365	1.75285

a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Kemanfaatan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Intensitas penggunaan layanan transportasi online

Dari tabel 2 dapat diperoleh hasil bahwa koefisien determinasi adalah sebesar $(0,370)^2 \times 100\% = 37,0\%$. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 37%. Sementara itu 63% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain selain faktor yang diwakili oleh variabel bebas pada penelitian ini.

4.5 Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	714.347	3	238.116	77.499	.000 ^b
	Residual	1216.707	396	3.072		
	Total	1931.055	399			

a. Dependent Variable: Intensitas penggunaan layanan transportasi online

b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Kemanfaatan, Kemudahan

Dari rumus tersebut, didapatkan F tabel pada penelitian ini yaitu $df_1 = 3$; $df_2 = 396$, sehingga didapatkan nilai F tabel sebesar 2,62. Berdasarkan tabel 4.8 didapatkan hasil F_{hitung} yaitu (77,499) maka $F_{tabel} < F_{hitung}$ dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemanfaatan(X_1), Kemudahan(X_2) dan Pengalaman (X_3) terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi online.

4.6 Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.227	.487		2.520	.012		
	Kemanafaatan	.088	.063	.081	1.398	.163	.471	2.124
	Kemudahan	.403	.062	.399	6.542	.000	.428	2.337
	Pengalaman	.203	.066	.187	3.085	.002	.433	2.307

a. Dependent Variable: Intensitas penggunaan layanan transportasi online

Uji hipotesis secara parsial dalam kemanfaatan menunjukkan t_{tabel} (1,65) dan t_{hitung} (1.398), maka $t_{tabel} > t_{hitung}$ sehingga H_{1t} tidak dapat diterima yaitu tidak terdapat kemanfaatan terhadap Intensitas penggunaan layanan transportasi online. uji hipotesis dalam kemudahan menunjukkan bahwa t_{tabel} (1,65) dan t_{hitung} (6.542), maka $t_{tabel} < t_{hitung}$ sehingga H_2 dapat diterima yaitu terdapat kemudahan terhadap Intensitas penggunaan layanan transportasi online. uji hipotesis dalam pengalaman menunjukkan bahwa t_{tabel} (1,65) dan t_{hitung} (3.085), maka $t_{tabel} < t_{hitung}$ sehingga H_3 dapat diterima yaitu terdapat pengaruh pengalaman terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi online.

4.7 Pembahasan

Hasil Pembahasan pada penelitian ini adalah terdapatnya kemanfaatan, kemudahan, pengalaman pada transportasi online terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi online. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yaitu sebesar 37%. Sementara itu 63% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain selain faktor yang diwakili oleh variabel bebas pada penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil bahwa dimensi kemanfaatan, Kemudahan dan pengalaman maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Pengukuran dimensi kemudahan menunjukkan bahwa dimensi ini masuk dalam kategori tinggi yaitu 91,55%. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin

tinggi tingkat kemudahan yang disadari oleh pelanggan, semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka dalam menggunakan transportasi *online*.

2. Pengukuran dimensi pengalaman menunjukkan bahwa dimensi ini masuk dalam kategori sangat tinggi yaitu 91,08%. Hal ini mengindikasikan bahwa Semakin banyak pengalaman konsumen terhadap penggunaan layanan transportasi *online*, semakin memuaskan mereka dengan pengalaman transaksi *online* masa lalu. Selain itu, semakin tinggi jumlah pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengulang menggunakan dan kemungkinan lebih rendah dari mereka membatalkan transaksi transportasi *online*.
3. Berdasarkan koefisien determinasi penelitian ini adalah 0,370 atau 37% yang artinya adalah kemanfaatan, kemudahan dan pengalaman adalah 37% oleh intensitas penggunaan layanan transportasi online dan 63% di pengaruhi oleh variable lain yang tidak di cantumkan dalam penelitian ini.
4. Berdasarkan pengolahan data didapatkan secara parsial menunjukkan bahwa dimensi kemudahan dan pengalaman memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi *online*. Sedangkan dimensi kemanfaatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan transportasi *online*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Berdasarkan hasil penelitian, di dapat informasi bahwa item pada variable Kemudahan yang memiliki nilai terendah yaitu pertanyaan “sistem pembayaran menggunakan gopay dan ovo balance sangat mudah di pelajari” yang artinya sistem pembayaran *mobile payment* sekarang banyak orang yang belum mengerti atau paham bagaimana cara menggunakannya sebaiknya di buat semakin lebih praktis lagi agar mudah di mengerti oleh masyarakat.
2. Berdasarkan hasil penelitian, di dapat informasi bahwa item pada variable Pengalaman yang memiliki nilai terendah yaitu pertanyaan “saya merasa puas saat menggunakan *mobile payment* untuk

bertransaksi dengan transportasi *online*” yang artinya konsumen puas saat menggunakan *mobile payment* tetapi lebih di tingkatkan lagi sistem pembayarannya agar konsumen tetap merasa lebih puas menggunakan *mobile payment*.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan

Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti kemanfaatan, kemudahan, pengalaman pada layanan transportasi *online* sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan layanan transportasi *online* maka untuk itu penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti pengaruh lain yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan layanan transportasi *online* atau peninjauan dan observasi yang dilakukan tidak hanya pada layanan transportasi *online* saja dan tidak menggunakan *mobile payment* saja, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih beragam

Daftar Pustaka :

- aritonang, & arisma. (2017). pengaruh persepsi kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan emoney.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Use Acceptance of Computer Tecnolog. In *A Comparison of two theoretical models* (p. 35). <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Eka, R. (2018, maret 6). *Tren Perkembangan Mobile payment di Indonesia*. Retrieved from <https://dailysocial.id/post/perkembangan-mobile-payment-indonesia>
- Erianto, A. (2011, juni 1). *Mobile payment*. Retrieved from plimbi: <http://www.plimbi.com/review/1063/mobile-payment>
- indrawati. (2015). *metode penelitian management dan bisnis konvergensi teknologi komunikasi dan informasi*. Bandung.
- Karnous, S. (2004). *Mobile payment a journey through existing procedures and standardization initiatives*. *IEE Communication Surveys & Tutorials*, 44-46.
- Karnouskos, S. (2018, agustus 6). *Pengalaman menggunakan mobile payment*. Retrieved from detik.com: [www.detik.com/pengalaman mobile payment.com](http://www.detik.com/pengalaman-mobile-payment.com)
- la, l.-c. e. (2014). *pengunaan sistem*.
- Royhscild, & Radner. (1975). *ease of us (kemudahan)*.