

**ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL APLIKASI LINKAJA**

Anggit Esti Irawati¹⁾; Ehrmann Suhartono²⁾
anggitestira@staff.uty.ac.id¹⁾; indahdesaku@gmail.com²⁾

Program Studi Akuntansi, Universitas Teknologi Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Info Artikel*Sejarah Artikel:*

Diterima: 19-11-2020

Disetujui :28-12-2020

Dipublikasikan:30-12-2020

Keywords:

actual use; attitude towards using; perceived ease of use; perceived usefulness; perceived risk

Abstrak

Potensi penggunaan e-money sangat besar dan menarik perhatian sebagai cara pembayaran alternatif di seluruh dunia. Pemerintah melalui Bank Indonesia menggerakkan masyarakat untuk melakukan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Namun, hanya lapisan masyarakat tertentu yang sudah terbiasa menggunakan transaksi dengan *e-money*. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa transaksi pembayaran menggunakan *e-money* masih terdapat banyak kekurangan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, selain itu juga menambahkan *perceived risk* untuk mengetahui pengaruh terhadap *attitude toward using* dan *actual use* terhadap penggunaan aplikasi LinkAja. Metode analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis SmartPLS. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dan sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap responden yang menggunakan aplikasi LinkAja di seluruh Indonesia. Responden yang diperoleh sebanyak 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use*. *Perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual use* aplikasi LinkAja.

ANALYSIS OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL IN LINKAJA APPLICATION**Abstract**

The potential for using e-money is huge and attracting attention as an alternative payment method around the world. The government through Bank Indonesia mobilizes the public to carry out the National Non-Cash Movement (GNNT). However, only certain segments of society that using e-money. This study aims to test the Technology Acceptance Model (TAM), perceived ease of use and perceived usefulness, adding perceived risk to determine the effect of attitude toward using and actual use on the use of the LinkAja application. The analysis method use Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS. This research was conducted using survey method and the sample was taken using a purposive sampling technique to the respondents using the LinkAja application throughout Indonesia. Respondents obtained were 200 respondents. The results showed that perceived ease of use and perceived usefulness had a significant positive effect on attitude toward using and actual use. Perceived risk has no significant effect on the actual use of LinkAja application.

✉Alamat korespondensi :

Jl. Siliwangi (Ringroad Utara) Jombor, Sleman, D.I. Yogyakarta 55285

E-mail: anggitestira@staff.uty.ac.id

ISSN

1979-4800 (cetak)

2580-8451 (online)

PENDAHULUAN

Permintaan transaksi digital dan *cashless* di berbagai dunia semakin meningkat dan berdampak terhadap sikap pengguna terkait dengan *mobile payment* serta penerapannya telah mengalami perubahan drastis (Alalwan, Dwivedi, & Rana, 2017). Berbagai penelitian menemukan bahwa konsumen lebih menyukai teknologi yang menyediakan layanan yang cepat, nyaman, dan bermanfaat dalam satu *platform*. *Mobile payment* menunjukkan teknik multiguna yang canggih dan mencakup fitur-fitur tersebut (Abhisek & Hemchand, 2016). Pemerintah melalui Bank Indonesia juga menggerakkan masyarakat untuk melakukan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), yaitu gerakan menggunakan alat pembayaran nontunai yang tujuannya menumbuhkan kesadaran sekaligus meningkatkan penggunaan nontunai di kalangan masyarakat, pelaku bisnis dan lembaga-lembaga pemerintah sehingga akan semakin terbentuk komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen nontunai (Usman, 2017).

Alasan utama masyarakat diharapkan bertransaksi secara elektronik adalah keamanan. Mengingat risiko yang sangat besar ketika membawa uang dalam jumlah banyak yang dapat mengundang kriminalitas. Ada beberapa kelebihan menggunakan *e-money* dibandingkan uang secara fisik. Pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang secara fisik. Kedua, dapat melakukan transaksi lebih cepat karena secara otomatis mengurangi saldo yang ada di *e-money* sesuai nilai transaksi. Namun, terdapat beberapa kekurangan menggunakan *e-money*. Pertama, belum semua transaksi dapat menggunakan *e-money* karena hanya dapat digunakan di *merchant* yang bekerja sama dengan penerbit *e-money*. Kedua, risiko seluruh uang hilang ketika pengguna kehilangan kartu jika tidak ada pengaman dengan *password* (Rosanti & Mustafa, 2018). Sistem pembayaran dengan menggunakan *e-money* di Indonesia tergolong belum lama diterapkan. Bank Indonesia memberikan izin penggunaan *e-money* dimulai pada tahun 2007. Hal ini dilakukan sebagai upaya mengurangi penggunaan transaksi secara tunai yang dikhawatirkan akan menimbulkan beban perekonomian. Perusahaan-perusahaan perbankan dan provider telekomunikasi menjadi penyelenggara dari sistem pembayaran ini. Provider telekomunikasi memanfaatkan intensitas pemakaian *smartphone* di era saat ini untuk masuk pada sistem pembayaran tersebut.

Akhir bulan Juni 2019, salah satu provider telekomunikasi bernama Telkomsel merilis aplikasi LinkAja yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran nontunai. Aplikasi ini merupakan gabungan beberapa *e-wallet* milik BUMN dan T-Cash milik Telkomsel. LinkAja juga dapat digunakan untuk membeli bahan bakar di SPBU, mengirim uang, membeli pulsa, membeli paket internet, membayar tagihan seperti tagihan listrik dan air, dan membeli tiket transportasi umum seperti bus kota dan kereta api. Kereta Api Prameks merupakan transportasi umum yang sangat diminati masyarakat lokal sekitar Kutoarjo hingga Solo. Masyarakat dari berbagai kalangan ketika akan membeli tiket Kereta Api Prameks melalui aplikasi LinkAja. Masyarakat yang akan menggunakan Kereta Api Prameks agar lebih mudah dan tidak menunggu antrian terlalu lama dalam memesan tiket harus menggunakan aplikasi LinkAja. Berbagai penelitian telah mengkonfirmasi bahwa konsumen lebih menyukai teknologi yang menyediakan layanan cepat, nyaman, dan bermanfaat dalam satu *platform*. Dalam hal ini, layanan menggunakan pembayaran melalui *mobile payment* menunjukkan teknik multiguna lanjutan yang meliputi fitur-fitur tersebut (Abhisek & Hemchand, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang menentukan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) terhadap penggunaan aktual (*actual use*) dari penggunaan aplikasi LinkAja sebagai alat pembayaran dalam transaksi sehari-hari bagi masyarakat yang belum terbiasa menggunakan transaksi nontunai. Selain itu, dalam penelitian ini juga ditambahkan persepsi risiko (*perceived risk*) untuk menentukan sikap terhadap penggunaan aplikasi LinkAja.

TELAAH PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan tentang manfaat suatu teknologi atau sistem informasi, kemudahan penggunaannya, dan perilaku, serta tujuan penggunaan aktual teknologi atau sistem informasi tersebut (Davis, 1989). Peneliti telah banyak menggunakan model TAM dan UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk mengukur niat perilaku dan kepuasan pengguna (Duarte, Silva, & Ferreira, 2018). UTAUT2 dikembangkan dengan mengintegrasikan konstruk yang dominan dari berbagai model yang berlaku untuk mengukur perilaku manusia terhadap adopsi sebuah teknologi. Beberapa model tersebut salah satunya adalah TAM. Model UTAUT menggunakan empat konstruk utama yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, kondisi fasilitas, dan norma sosial. Sistem pembayaran dengan menggunakan telepon seluler dapat memberikan solusi kepada konsumen. Berbagai variabel telah digunakan di beberapa penelitian sebagai variabel terkait dengan adopsi suatu teknologi baru yaitu *perceived ease of use*, *usefulness*, *trust*, *attitude*, *perceived risk*, *social influence*, *perceived hedonism* dll. (Abhisek & Hemchand, 2016).

Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, dan Actual Use

Perceived ease of use atau kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* diungkapkan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Suatu sistem jika semakin mudah untuk digunakan, maka akan semakin besar niat terhadap penggunaan, dan semakin besar kemungkinan sistem tersebut digunakan. Penelitian sebelumnya tentang sistem pembayaran mobile payment menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* adalah faktor yang paling berpengaruh untuk menentukan niat perilaku konsumen (Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, & Muñoz-Leiva, 2014). Penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Habsari Candraditya, 2013). Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan dan penggunaan aktual.

H1: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *actual use* LinkAja

H4: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* LinkAja

Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, dan Actual Use

Perceived usefulness atau kemanfaatan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem khusus akan meningkatkan performa pekerjaan (Davis, 1989). Semakin besar manfaat yang diberikan suatu sistem bagi penggunaannya maka akan mempengaruhi sikap penggunaannya untuk terus menggunakannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *trust* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* pada sistem tiket pesawat online (Renny, Guritno, & Siringoringo, 2013). *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* juga berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan dan *actual use* (Chen & Tseng, 2012). Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan dan penggunaan aktual.

H2: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *actual use* LinkAja

H5: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* LinkAja

Perceived Risk, Attitude Toward Using, dan Actual Use

Perceived Risk atau persepsi risiko merupakan kondisi ketidakpastian dari kegiatan transaksi secara online (Oentario, Harianto, & Irawati, 2017). Masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum terbiasa menggunakan transaksi secara nontunai. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa transaksi nontunai yang menggunakan *mobile payment* atau *e-money* dan sejenisnya dari segi keamanan transaksi dinilai kurang aman karena sistem dapat membaca data yang sifatnya pribadi. Semakin besar risiko yang dihadapi oleh pengguna maka akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan dan mengurangi penggunaan aktual dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian sebelumnya persepsi risiko akan mempengaruhi niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual sistem dalam bertransaksi (Hansen, Saridakis, & Benson, 2018). Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan dan penggunaan aktual.

H3: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *actual use* LinkAja

H6: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *attitude toward using* LinkAja

Attitude Toward Using dan Actual Use

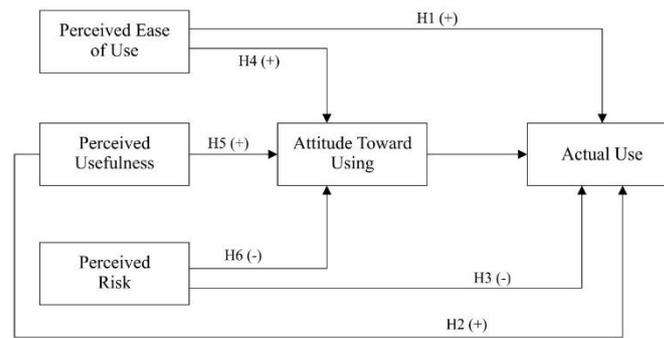
Attitude toward using merupakan suatu sikap pengguna terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dalam kesehariannya. Penelitian terdahulu menunjukkan *attitude toward using* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan dalam kasus ini adalah *mobile wallet* (Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020). *Actual use* merupakan bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata (Davis, 1989). *Actual use* dapat diketahui melalui kondisi secara nyata penggunaan sistem informasi tersebut, antara lain: intensitas penggunaan sistem informasi, frekuensi penggunaan sistem informasi, maupun penggunaan sistem informasi yang sebenarnya secara terus-menerus. Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis bahwa *attitude toward using* berpengaruh terhadap *actual use*.

H7: *Attitude toward using* berpengaruh positif terhadap *actual use* LinkAja

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner secara online kepada responden di seluruh Indonesia. Sumber data adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna LinkAja. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang representatif. Kriteria dalam pengambilan sampel yaitu responden menggunakan aplikasi LinkAja dan berumur 15-50 tahun. Sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 200 responden, kemudian dilakukan analisis dengan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan alat analisis *SmartPLS*.

Responden menjawab 19 item pertanyaan kuesioner. Setiap item pertanyaan diukur menggunakan skala *likert* dengan interval 1 sampai dengan 6. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *perceived ease of use* (PEU), *perceived usefulness* (PU), dan *perceived risk* (PR). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *attitude toward using* (ATU) dan variabel dependennya adalah *actual use* (AU). Model penelitian yang akan diuji disajikan di Gambar 1 dan definisi operasional variabel disajikan di Tabel 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Perceived Ease of Use (PEU)	kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha	4 item	(Davis, 1989), (Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020)
Perceived Usefulness (PU)	kemanfaatan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penggunaan sebuah sistem khusus akan meningkatkan performa pekerjaan	4 item	(Davis, 1989), (Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020)
Perceived Risk (PR)	persepsi risiko merupakan sebagai prediksi konsumen tentang potensi ketidakpastian dari kegiatan transaksi secara <i>online</i>	4 item	(Oentario, Harianto, & Irawati, 2017), (Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020)
Attitude Toward Using (ATU)	suatu sikap pengguna terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya ataupun kesehariannya	4 item	(Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020)
Actual Use (AU)	bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan nyata	3 item	(Mohammadi, 2015)

Sumber: disarikan dari berbagai jurnal

Analisis data dilakukan dengan menguji model pengukuran dan model struktural secara simultan menggunakan PLS. Pengujian model pengukuran meliputi uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian. Uji validitas terdiri dari 2, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Uji validitas konvergen dengan melihat *Average Variance Expected (AVE)* dan nilai *loading* masing-masing item nilainya harus lebih dari 0,5. Uji validitas diskriminan dengan melihat analisis AVE syaratnya adalah nilai kuadrat dari AVE setiap variabel harus lebih besar dari korelasi terbesar antara variabel tersebut dengan variabel lainnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Composite Reliability (CR)* nilainya harus lebih besar dari 0,7. Selanjutnya, pengujian model struktural dilakukan untuk mencari nilai koefisien determinasi (R^2) syaratnya R^2 lebih besar dari 0,10 dan memastikan bahwa model struktural yang dibangun sudah kuat (*robust*). Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t statistik, jika $\alpha = 5\%$ maka nilai t statistik harus lebih besar dari 1,96 (Syahputra & Urumsah, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 200 kuesioner yang telah diisi oleh responden, sebanyak 50,5% atau 101 orang berasal dari responden perempuan. Mayoritas responden yang menggunakan aplikasi LinkAja berasal dari kelompok usia 15-25 tahun atau sebanyak 84 responden. Persentase paling besar untuk jenjang pendidikan terakhir adalah sarjana/ sederajat sebanyak 45,5%. Mereka yang menggunakan aplikasi

LinkAja sebagian besar bekerja sebagai karyawan BUMN/BUMS sebanyak 45% dan telah menggunakan aplikasi LinkAja lebih dari 1 tahun. Selain itu, dari 34 provinsi yang ada di Indonesia persentase paling banyak pengguna aplikasi LinkAja ada di Yogyakarta.

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian model pengukuran berupa uji validitas konvergen. Nilai loading masing-masing item lebih dari 0,5 dan pada Tabel 3 nilai AVE lebih dari 0,5. Hal ini menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat uji validitas konvergen. Selain itu, pada Tabel 3 menunjukkan nilai CR lebih dari 0,7, artinya memenuhi syarat uji reliabilitas dan nilai kuadrat dari AVE setiap variabel lebih besar dari korelasi terbesar antara variabel tersebut dengan variabel lainnya artinya telah memenuhi syarat uji validitas diskriminan.

Tabel 2. Nilai Loading Factor

Variabel	Item	Nilai Loading
Perceived Ease of Use (PEU)	PEU 1	0,8729
	PEU 2	0,8761
	PEU 3	0,8339
	PEU 4	0,8892
Perceived Usefulness (PU)	PU 1	0,8995
	PU 2	0,9230
	PU 3	0,9144
	PU 4	0,9163
Perceived Risk (PR)	PR 1	0,9493
	PR 2	0,8921
	PR 3	0,8259
	PR 4	0,7030
Attitude Toward Using (ATU)	ATU 1	0,8342
	ATU 2	0,9081
	ATU 3	0,9103
	ATU 4	0,9000
Actual Use (AU)	AU 1	0,9003
	AU 2	0,9418
	AU 3	0,9424

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 3. Nilai Average Variable Expected (AVE), Composite Reliability (CR), dan Korelasi

Variabel	AVE	CR	ATU	AU	PEU	PR	PU
ATU	0,7898	0,9375	0,8887	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
AU	0,8618	0,9492	0,6967	0,9283	0,0000	0,0000	0,0000
PEU	0,7539	0,9245	0,7158	0,5707	0,8683	0,0000	0,0000
PR	0,7183	0,9098	-0,0983	-0,0637	-0,1546	0,8475	0,0000
PU	0,8342	0,9527	0,8009	0,7153	0,7350	-0,1566	0,9133

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pengujian model struktural dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi (R^2), nilai *path coefficient* dan nilai t-statistik. Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung, kecuali H3 dan H6. Nilai t-statistik kurang dari 1,96 ($\alpha = 5\%$), kesimpulannya *perceived risk* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use* pada penggunaan aplikasi LinkAja. Nilai koefisien jalur positif artinya semua hipotesis berpengaruh positif. Nilai R^2 lebih dari 0,10, artinya model struktural sudah kuat (*robust*). Nilai R^2 untuk variabel *attitude toward using* yaitu 0,6781 artinya kemampuan variabel *perceived ease of use*, *perceived*

usefulness, dan *perceived risk* mempengaruhi variabel *attitude toward using* sebesar 67,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, nilai R^2 untuk variabel *actual use* yaitu 0,5560 artinya kemampuan variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk*, dan *attitude toward using* mempengaruhi variabel *actual use* sebesar 55,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4. Koefisien Determinasi, Path Coefficient, dan T-Statistik

Hipotesis		Path Coefficient	T-statistic	Hasil
H1	PEU → AU	0,1023	2,7261	Signifikan
H2	PU → AU	0,6485	17,9095	Signifikan
H3	PR → AU	0,0536	1,5670	Tidak Signifikan
H4	PEU → ATU	0,2798	7,3618	Signifikan
H5	PU → ATU	0,6014	19,2513	Signifikan
H6	PR → ATU	0,0391	1,8818	Tidak Signifikan
H7	ATU → AU	0,3397	6,0930	Signifikan

R^2 ATU = 0,6781
 R^2 AU = 0,5560
 $\alpha = 5\%$

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

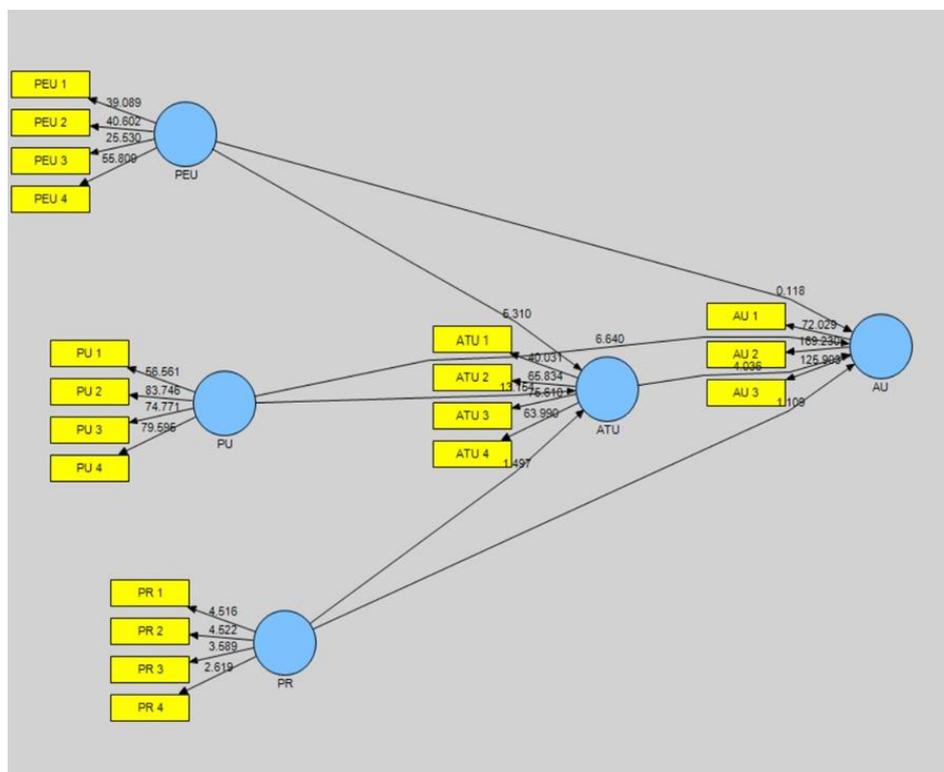
Hasil pengujian H1 menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use* LinkAja. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka akan semakin besar kemungkinan sistem tersebut digunakan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *path coefficient* positif sebesar 0,1023 dan nilai t-statistik sebesar 2,7261 lebih besar dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Hasil pengujian H4 menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* LinkAja. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka akan semakin besar niat terhadap penggunaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *path coefficient* positif sebesar 0,2798 dan nilai t-statistik sebesar 7,3618 lebih besar dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Oleh karena itu, H1 dan H4 dalam penelitian ini didukung. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, & Muñoz-Leiva, 2014) bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* adalah faktor yang paling berpengaruh untuk menentukan niat perilaku konsumen dan (Habsari Candraditya, 2013) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Hasil pengujian H2 menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use* LinkAja. Semakin besar manfaat yang diberikan suatu sistem bagi penggunaannya, maka pengguna akan terus untuk menggunakannya. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *path coefficient* positif sebesar 0,6485 dan nilai t-statistik sebesar 17,9095 lebih besar dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Hasil pengujian H5 menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* LinkAja. Semakin besar manfaat yang diberikan suatu sistem bagi penggunaannya, maka akan mempengaruhi sikap penggunaannya untuk terus menggunakannya. Penelitian sebelumnya tentang pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* dan *actual use* juga dilakukan dan hasilnya sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Renny, Guritno, & Siringoringo, 2013) bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi *attitude toward usability* pada kasus ini di reservasi tiket pesawat. Penelitian yang dilakukan oleh (Chen & Tseng, 2012) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan dan *actual use*. Oleh karena itu, H2 dan H5 dalam penelitian ini didukung.

Hasil pengujian H3 menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *actual use* LinkAja. Semakin besar risiko yang dihadapi oleh pengguna tidak mengurangi penggunaan aktual dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai

path coefficient positif sebesar 0,0536 dan nilai t-statistik sebesar 1,5670 lebih kecil dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Hasil pengujian H6 menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *attitude toward using* LinkAja. Semakin besar risiko yang dihadapi oleh pengguna maka akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *path coefficient* positif sebesar 0,0391 dan nilai t-statistik sebesar 1,8818 lebih kecil dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Penelitian yang dilakukan oleh (Afghani & Yulianti, 2017) juga menunjukkan bahwa keamanan dan risiko terhadap adopsi *e-banking* tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, H3 dan H6 dalam penelitian ini ditolak.

Hasil pengujian H7 menunjukkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use*. Semakin besar *attitude toward using*, maka semakin besar pula intensitas *actual use*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *path coefficient* positif sebesar 0,3397 dan nilai t-statistik sebesar 6,0930 lebih besar dari 1,96 ($\alpha = 5\%$). Penelitian yang dilakukan oleh (Jan, W de Jager, Ameziane, & Sultan, 2019) menunjukkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *smartphone advertising use*. Oleh karena itu, H7 dalam penelitian ini didukung.



Gambar 2. Output Menggunakan SmartPLS

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* terhadap *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan) dan *actual use* (penggunaan aktual) dari penggunaan aplikasi LinkAja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use*, sedangkan *perceived risk* tidak memiliki pengaruh signifikan.

Hasil penelitian ini secara signifikan mendukung elemen yang ada di dalam TAM yaitu *perceive ease of use* terhadap *attitude toward using* dan *actual use*. Pengguna yang memiliki persepsi kemudahan dalam menggunakan LinkAja akan bersikap untuk menerima adanya

penggunaan teknologi. Kemudahan yang didapat seperti menghemat banyak waktu dan energi, tampilan dan menu yang terdapat di LinkAja juga mudah dipahami sehingga apa yang diperlukan oleh pengguna LinkAja dapat diberikan oleh aplikasi ini. Bagi pengguna yang memiliki mobilitas tinggi, aplikasi LinkAja dapat dijadikan sebagai solusi untuk memudahkan keperluan sehari-hari seperti membayar tagihan listrik dan air, membayar tagihan telepon, membeli pulsa atau paket data, membeli tiket transportasi umum seperti bus dan kereta api, membeli bahan bakar. Oleh karena itu, kemudahan yang diberikan oleh aplikasi LinkAja dapat digunakan dalam penggunaan transaksi sehari-hari. Penelitian sebelumnya mengenai penggunaan TAM dalam analisis minat perilaku penggunaan *e-money* menunjukkan bahwa salah satu faktornya yaitu *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* (Syahril & Rikumahu, 2019).

Perceived usefulness atau persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya (Yani, Lestari, Amalia, & Puspita, 2018). Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi tersebut. Aplikasi LinkAja memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas penggunaannya menjadi lebih efisien dan berguna dalam kehidupan sehari-hari. Semakin besar pengguna memiliki persepsi manfaat menggunakan aplikasi LinkAja, maka semakin besar penerimaan sikap terhadap penggunaan aplikasi LinkAja dan dampaknya dapat menjadi kebiasaan untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh (Hansen, Saridakis, & Benson, 2018) juga mendukung bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chen & Tseng, 2012) bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual use*.

Perceived risk atau persepsi risiko didefinisikan sebagai sebuah penilaian yang subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kondisi yang tidak diinginkan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan (Suhir, Suyadi, & Riyadi, 2014). Dalam penelitian ini persepsi risiko cenderung kepada pengguna aplikasi LinkAja yang menggunakannya untuk melakukan berbagai macam bentuk transaksi yang dilakukan secara nontunai. Hasil penelitian ini, *perceived risk* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use*. *Perceived risk* tidak mempengaruhi sikap pengguna aplikasi LinkAja dalam memutuskan untuk melakukan transaksi secara nontunai dan tidak mempengaruhi pengguna aplikasi LinkAja untuk digunakan sebagai transaksi sehari-hari. Penelitian sebelumnya juga telah dilakukan bahwa keamanan dan risiko yang dirasakan oleh pengguna *e-banking* tidak signifikan (Afghani & Yulianti, 2017), berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hansen, Saridakis, & Benson, 2018) bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual sistem dalam bertransaksi.

Attitude toward using didefinisikan sebagai suatu sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi LinkAja berbentuk penerimaan atau penolakan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dalam kesehariannya. Sikap pengguna sebagai pendorong utama dalam mempengaruhi adopsi pengguna atas teknologi aplikasi LinkAja dalam melakukan transaksi sehari-hari (Lin & Chang, 2011). Penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude toward using* aplikasi LinkAja terhadap *actual use* berpengaruh signifikan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang sama dalam kasus *mobile wallet* (Singh, Sinha, & Liebana-Cabanillas, 2020).

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* untuk mengetahui pengaruh terhadap *attitude toward using* dan *actual use* dari penggunaan aplikasi LinkAja sebagai alat pembayaran nontunai dalam transaksi sehari-hari. Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* dan *actual use* aplikasi LinkAja. Kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi LinkAja sebagai alat pembayaran nontunai seperti menghemat waktu dan tenaga sehingga menjadi lebih efektif dan efisien, promo menarik yang didapatkan oleh pengguna, *merchant* yang tergabung juga beraneka ragam dan pengguna dapat menyesuaikan sesuai kebutuhan dan golongan usia. Namun, *perceived risk* atau persepsi risiko ternyata tidak berpengaruh signifikan karena pengguna aplikasi LinkAja memiliki kesadaran yang tinggi terkait dengan keamanan yang ada di aplikasi LinkAja dan pemahaman yang baik dalam menggunakan aplikasi LinkAja dalam bertransaksi.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang diduga juga memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi LinkAja seperti persepsi kepuasan dan persepsi kepercayaan. Selanjutnya, diharapkan untuk menambah responden agar lebih representatif. Selain itu, juga diharapkan dapat meneliti lebih luas untuk seluruh *financial technology* di era digital saat ini karena manfaat dan kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat dengan adanya perubahan bentuk uang sebagai alat transaksi pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhisek, & Hemchand, S. (2016). Adoption of Sensor-Based Communication for Mobile Marketing in India. *Journal of Indian Business Research*, 1(8), 65-76.
- Afghani, M., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 113-128.
- Alalwan, A., Dwivedi, Y., & Rana, N. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 3(37), 99-110.
- Chen, H., & Tseng, H. (2012). Factors that Influence Acceptance of Web-Based E-Learning System for The In-Service Education of Junior High School Teachers in Taiwan. *Evaluation and Program Planning*, 36, 398-406.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Duarte, P., Silva, S., & Ferreira, M. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer perceived satisfaction and encourage e-. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161-169.
- Habsari Candraditya, I. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1-11.

- Hansen, J., Saridakis, G., & Benson, V. (2018). Risk, Trust, and The Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumers Use of Social Media for Transactions. *Computers in Human Behavior*, 80, 197-206.
- Jan, M., W de Jager, J., Ameziane, A., & Sultan, N. (2019). Applying Technology Acceptance Model to Investigate the Use of Smartphone Advertising in Malaysia. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 11(1), 202-210.
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*, 35, 464–478.
- Lin, J., & Chang, H. (2011). The Role of Technology Readiness in Self-Service Technology Acceptance. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 424-444.
- Mohammadi, H. (2015). Investigating users'perspectives on E-learning: An Integration of TAM and IS success model. *Computers in Human Behavior*, 45, 359-374.
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention Buy Online Patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1).
- Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(81), 212-216.
- Rosanti, N., & Mustafa, M. (2018). Faktor Keengganan Pengguna Jasa Tol Beralih Menggunakan E-Money. *Patria Artha Management Journal*, 2(1), 23-40.
- Singh, N., Sinha, N., & Liebana-Cabanillas, F. (2020). Determining Factors in the Adoption and Recommendation of Mobile Wallet Services in India: Analysis of the Effect of Innovativeness, Stress to Use, and Social Influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.
- Suhir, Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Syahputra, B. E., & Urumsah, D. (2019). Deteksi Fraud Melalui Audit Pemerintahan Yang Efektif: Analisis Multigrup Gender dan Pengalaman. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 19(1), 31-42.
- Syahril, W., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 201-214.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Yuridika*, 32(1).
- Yani, E., Lestari, A., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34-42.