



ANALISIS KEMUDAHAN DAN KEBERMANFAATAN PENJUALAN PULSA ELEKTRONIK PADA APLIKASI ARP PULSA DENGAN METODE TAM

Santi

STMIK Borneo Internasional Balikpapan

santi@gmail.com

Diterima: 02-08-2022

Review: 10-08-2022

Publish: 15-08-2022

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemudahan dan kebermanfaatan aplikasi ARP pulsa bagi penggunaannya dalam media penjualan pulsa elektronik. Metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kemudahan dan kebermanfaatan adalah framework TAM dengan kategori persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan penggunaan aplikasi. sampel yang digunakan sebagai penelitian sebanyak 65 Orang dengan kriteria pengguna yang tergabung dalam grup Dunia Usaha Pulsa & PPOB Kabupaten Penajam Paser Utara. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang menyebarkan pernyataan terhadap responden secara langsung. Adapun tahapan pengujian data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji F dan Uji T. hasil penelitian menunjukkan bahwa Pada Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa, dari analisis nilai T hitung > T tabel ($2.338 > 1.999$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari pada alpha ($0.02 < 0.05$) bahwa hipotesis diterima. Pada Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness) berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa, dapat dilihat dari analisis nilai T hitung > T tabel ($3.779 > 1.999$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari pada alpha ($0.00 < 0.05$) bahwa hipotesis diterima. Kemudahan dan Kebermanfaatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F hitung > F tabel ($45.556 > 3.993$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada alpha ($0.000 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

Kata kunci: Aplikasi ARP, Pulsa, Elektronik, TAM

Abstract:

This study aims to determine the level of convenience and usefulness of the pulse ARP application for its users in selling electronic pulses. The method used to determine the level of convenience and usefulness is the TAM framework with categories of perceived ease, perceived usefulness and application usage. The sample used as research is 65 people with user criteria who are members of the Pulsa & PPOB Business World group, North Penajam Paser Regency. Data was collected by using a questionnaire that distributed statements to the respondents directly. The stages of data testing are validity testing, reliability testing, F-test and T-test. The results show that the Perceived Ease of Use affects the use of the ARP Pulse Application, from the analysis of the T arithmetic value > T table ($2.338 > 1.999$) and the significance value is smaller than alpha ($0.02 < 0.05$) that the hypothesis is accepted. In terms of Perceived Usefulness, it can be seen from the analysis of the T count > T table ($3.779 > 1.999$) and the significance value is smaller than alpha ($0.00 < 0.05$) that the hypothesis is accepted. Ease of use and usefulness together affect the use of the ARP Pulsa application. So it can be concluded that the hypothesis is accepted.

Keywords: ARP Application, Credit, Electronics, TAM

Corresponding: Santi

E-mail: santi@gmail.com



PENDAHULUAN

Sistem penjualan pulsa pada saat ini bagi para agen atau penjual pulsa masih banyak melakukan transaksi penjualan menggunakan sms dan membutuhkan pulsa sebagai media transaksi mengirim pulsa kepada para customer namun di era berkembangnya teknologi digital ada yang di kenal dengan teknologi elektronika yang dapat menghasilkan informasi secara efisien (Fikriyah, 2010). Kemajuan teknologi informasi tersebut memunculkan adanya generasi digital, yaitu mereka yang tumbuh dan berkembang dalam kemudahan akses teknologi informasi digital, bahkan sudah menjadi suatu rutinitas dalam kebutuhannya sehari-hari (Maulidya Ulfah, 2020). Dengan adanya teknologi yang terhubung secara online tanpa ada batas waktu dan tempat, sehingga keduanya banyak diterapkan dalam bisnis di perusahaan dalam berbagai bidang (Yuwono & Simanungkalit, 2021).

ARP pulsa adalah aplikasi mobile gratis untuk member-member setia ARP pulsa di mana pun berada. Aplikasi ini memudahkan para pengguna dalam melakukan transaksi seperti pengisian pulsa, pembelian token listrik, pembayaran tagihan pasca bayar, pembelian voucher game, dll (Nawawi, 2020). Dengan aplikasi ini, pengguna dapat dengan mudah melakukan pengecekan harga pulsa terkini, melihat rekap history transaksi, history perubahan saldo anda, aktivitas downline, chatting dengan customer service (Halik, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* atau yang sering dikenal dengan TAM. TAM sendiri merupakan salah satu jenis teori yang menerapkan pendekatan dengan fokus pada teori perilaku (*behavioral theory*) yang mana digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi (Santi & Erdani, 2021). Model ini memberikan penjelasan bagaimana penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya TI oleh pengguna. Dengan dua variabel yaitu : kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan kemanfaatan (*usefulness*) atau dengan kata lain TAM terdiri dari dua konstruksi yaitu kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dipersepsikan (*perceived useful*) (Retnawati, 2015). Untuk itu fokus utama peneliti adalah untuk mengetahui tingkat kemudahan dan kebermanfaatan Aplikasi ARP Pulsa bagi Penggunanya dalam media penjualan pulsa elektronik dengan metode TAM (Romanillos, n.d.).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan tingkat Eksplanasi asosiatif Tingkat eksplanasi adalah tingkat penjelasan (Sugiyono, 2016). Jadi penelitian menurut tingkat eksplanasi adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel Citra Merek , variabel Promosi , dan variabel Kepuasan Konsumen. Dimana variabel Citra Merek (X1) dan variabel Promosi (X2) merupakan variabel bebas (independent variable), sedangkan untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) merupakan variabel terikat (dependent variabel).

Menurut (Sugiyono, 2012) dalam (Mawey, Tumbel, & Ogi, 2018) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di seluruh booth jelly potter yang berada di Kabupaten Tangerang yang berjumlah 100 responden.

Menurut (Mawey et al., 2018). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel sebesar 100 Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan teknik purposive sampling.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik ukur skala likert Teknik ini memungkinkan responden untuk menilai item pada skala lima hingga tujuh poin tergantung pada jumlah perjanjian atau ketidaksepakatan mereka pada item tersebut. Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti. Setiap pernyataan memiliki 5 poin, dari skala Agree dan Disagree. Masing-masing skor item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total bagi responden. Skala Likert terdiri dari dua bagian- bagian item dan bagian evaluasi. Bagian item biasanya merupakan pernyataan tentang produk, acara, atau sikap tertentu. Bagian evaluasi adalah daftar tanggapan seperti "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan sebanyak 65 responden, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses olah data dengan 3 variabel yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2) dan Penggunaan Aplikasi ARP Pulsa (Y) dengan skala likert.

Tabel 3. Hasil uji validitas

Kategori	Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Keterangan
Persepsi kemudahan (Perceived ease of use)	X1.P1	0.244	0.770	Valid
	X1.P2	0.244	0.809	Valid
	X1.P3	0.244	0.648	Valid
	X1.P4	0.244	0.684	Valid
	X1.P5	0.244	0.783	Valid
	X1.P6	0.244	0.765	Valid
Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness)	X2.P7	0.244	0.848	Valid
	X2.P8	0.244	0.776	Valid
	X2.P9	0.244	0.831	Valid
	X2.P10	0.244	0.784	Valid
	X2.P11	0.244	0.858	Valid
Penggunaan Aplikasi	Y1	0.244	0.740	Valid
	Y2	0.244	0.846	Valid
	Y3	0.244	0.858	Valid

Hasil perhitungan Uji Validitas di atas baik pada bagian Kemudahan (Perceived Ease of Use) (X1), Kebermanfaatan (Perceived Usefulness) (X2), dan Penggunaan (Y) pada Aplikasi ARP Pulsa Valid, dengan ketentuan:

- Jika Rhitung > Rtabel Maka dapat dikatakan data tersebut Valid
- Apabila Rhitung < Rtabel dinyatakan Tidak Valid. Dan dapat disimpulkan bahwa instrument diatas tersebut Valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas yang didapatkan dari perhitungan SPSS Statistic V26 dalam mencari Cronbach alpha mendapatkan hasil sebesar 0,838 untuk kategori persepsi kemudahan dan 0,876 untuk persepsi kebermanfaatan serta 0.757 untuk alpha hitung persepsi penggunaan Aplikasi.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Kategori	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan (Perceived ease of use)	0.838	0.60	Reliabel
Persepsi Kebermanfaatan (perceived Use Fulness)	0.876	0.60	Reliabel
Penggunaan Aplikasi	0.757	0.60	Reliabel

Hasil Uji T

Uji T pada dasarnya menunjukkan pengaruh variabel independent secara parsial dalam menerangkan variansi variabel dependent. Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), dan persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap penggunaan Aplikasi.

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.665	.946		1.761
	Persepsi kemudahan	.166	.071	.310	2.338
	persepsi kebermanfaatan	.295	.078	.502	3.779

a. Dependent Variable: penggunaan aplikasi

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Diketahui nilai Sig, untuk pengaruh kemudahan terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa sebesar $0.02 < 0.05$ dan T hitung $2.338 > T$ tabel 1.999 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 atau Hipotesis 1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kemudahan (X1) terhadap penggunaan Aplikasi(Y).
2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2) Diketahui nilai Sig, untuk pengaruh kebermanfaatan terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa sebesar $0.00 < 0.05$ dan T hitung $3.779 > T$ tabel 1.999 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 atau Hipotesis ke 2 diterima yang berarti terdapat pengaruh kebermanfaatan (X2) terhadap penggunaan Aplikasi (Y).

Hasil Uji F

Dalam penelitian ini untuk melihat ada tidaknya pengaruh persepsi kemudahan (Perceived Ease of Use), dan persepsi kebermanfaatan (Perceived Usefulness) secara bersama-sama terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa maka Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.684	2	26.842	45.556	.000 ^b
	Residual	36.531	62	.589		
	Total	90.215	64			
a. Dependent Variable: penggunaan aplikasi						
b. Predictors: (Constant), persepsi kebermanfaatan, Persepsi kemudahan						

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Sig, untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan F hitung $45.556 > F$ tabel 3.993 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Kemudahan dan Kebermanfaatan Penjualan Pulsa Elektronik pada Aplikasi ARP Pulsa dengan menghasilkan kesimpulan bahwa :

H1 : Faktor Kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa

Pada Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa, dapat dilihat dari analisis nilai T hitung $> T$ tabel ($2.338 > 1.999$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari pada alpha ($0.02 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.

H2 : Faktor Kebermanfaatan berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa

Pada Persepsi Kebermanfaatan (Perceived Usefulness) berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa, dapat dilihat dari analisis nilai T hitung $> T$ tabel ($3.779 > 1.999$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari pada alpha ($0.00 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.

H3 :Faktor Kemudahan dan Kebermanfaatan secara bersama-sama berpengaruh terhadap penggunaan Aplikasi ARP Pulsa.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel ($45.556 > 3.993$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada alpha ($0.000 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Fikriyah, Aliyatul. (2010). *Analisis hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) terhadap tanggungjawab agen atas kerugian jual beli pulsa elektrik*

- yang mengalami pending pulsa: studi kasus kemitraan Griya Pulsa dan Top Cell di Surabaya*. IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Halik, Abdul. (2019). *Studi Terhadap Gopay Dan Ovo Sebagai Alternatif Transaksi Modern Di Kota Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Maulidya Ulfah, M. Pd I. (2020). *DIGITAL PARENTING: Bagaimana Orang Tua Melindungi Anak-anak dari Bahaya Digital?* Edu Publisher.
- Mawey, Thalia Claudia, Tumbel, Altje, & Ogi, Imelda W. J. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Nawawi, Hizbul Hadi. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205.
- Retnawati, Lestari. (2015). *Analisis Dan Perancangan Kinerja Sistem Informasi Dengan Metode Balanced Scorecard Dan Analytical Hierarchy Process (studi kasus: Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*===== *Analysis And Design Information System Performance With Balanced Scorecard Method And Analytical Hierarchy Process (Case Study: Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Romanillos, Emmanuel Luis A. (n.d.). *The Creation of the Diocese of Bacolod in 1932*.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. Penerbit NEM.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. 46–57.
- Sugiyono, Prof. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Yuwono, Wisnu, & Simanungkalit, Yohanes Aprialdy. (2021). Pengembangan Sistem Pemasaran Melalui Digital Marketing dan Mengimplementasikan Promotion Mix pada Perusahaan Jasa PT. Canindo Perkasa Mandiri Batam. *ConCEPT-Conference on Community Engagement Project*, 1(1), 2519–2525.