

USULAN PENELITIAN D3 KAMPUS WATES



Judul:

ANALISIS PERBANDINGAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERTERIMAAN PENGGUNA APLIKASI GO PAY DAN OVO SEBAGAI
FINANCIAL TECHNOLOGY

Diusulkan Oleh

Abdullah Taman, S.E., M.Si., Ak./NIP. 19630624 199001 1 001
Arief Zuliyanto Susilo, S.E., M.Sc./NIP. 19820706 201504 1 001
Adeng Pustikaningsih, S.E, M.Si./NIP. 19750825 200912 2 001
Ahmad Samlawi, S.E., M.Si./NIP. 11410630 322528
Fa'is Setiawan/NIM. 17809134004
Anuar Muhammad Raharjanto/NIM. 17809134074

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
TAHUN 2019

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah dan karunian-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penelitian yang berjudul “Analisis Perbandingan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberterimaan Pengguna Aplikasi Gopay Dan Ovo Sebagai *Financial Technology*”.

Peneliti menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan penelitian ini, peneliti mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan kesempatan, dukungan moril dan material bagi penulis beserta tim untuk melakukan penelitian ini.
3. Pengelola Jurusan Pendidikan Akuntansi.
4. Seluruh responden dalam penelitian ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam memberikan kontribusi yang berarti dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itu kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaannya sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat di UNY khususnya di Fakultas Ekonomi.

Yogyakarta, Januari 2019

Peneliti

LEMBAR PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN PENELITIAN D3 KAMPUS WATES

1. Judul Penelitian : ANALISIS PERBANDINGAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEBERTERIMAAN PENGGUNA
APLIKASI GO PAY DAN OVO SEBAGAI FINANCIAL
TECHNOLOGY
2. Ketua Peneliti :
a. Nama lengkap : Abdullah Taman, S.E., M.Si., Ak.
b. Jabatan : Lektor
c. Program Studi : Akuntansi - D3
d. Alamat : Perum Tapan RT.06/ Rw.01 N0. 30, Purwomartani, Kal
e. Telepon : +6281391303860
f. e-mail : abtaman@uny.ac.id
3. Bidang Keilmuan : Ekonomi
4. Skim : Penelitian D3 Kampus Wates
5. Tema Penelitian Payung : Teknologi terapan
6. Sub Temap Penelitian Payung :
7. Kelompok Peneliti :

No	Nama, Gelar	NIP	Bidang Keahlian
1.	Arief Zuliyanto Susilo, S.E., M.Sc.	19820706 201504 1 001	
2.	Adeng Pustikaningsih, S.E, M.Si.	19750825 200912 2 001	
3.	Ahmad Samlawi, S.E., M.Si.	11410630 322528	

8. Mahasiswa yang terlibat :

No	Nama	NIM	Prodi
1.	Fa'is Setiawan	17809134004	Akuntansi
2.	Anuar Muhammad Raharjanto	17809134074	Akuntansi

9. Lokasi Penelitian : Wates
10. Waktu Penelitian : 15 Januari 2019 s/d 28 Juni 2019
11. Dana yang diusulkan : Rp. 24.000.000,00

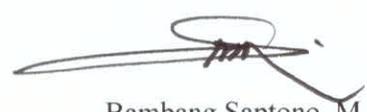
Mengetahui,
Dekan FE,

Dr. Sugiharsono, M.Si.
NIP 19550328 198303 1 002

Yogyakarta, 28 Februari 2019
Ketua Pelaksana


Abdullah Taman, S.E., M.Si., Ak.
NIP 19630624 199001 1 001

Mengesahkan,
Ketua Pengelola UNY Wates,


Bambang Saptono, M.Si.
NIP 19610723 198803 1 001

Abstrak

Perkembangan jaman merubah cara bisnis berjalan, termasuk di dalamnya adalah bidang transportasi. Bisnis transportasi mulai menggunakan pembayaran yang memanfaatkan teknologi terbaru dengan berbasis internet. Gojek dan Grab mulai bisnisnya dengan mengenalkan fitur Gopay dan OVO. Kedua bisnis ini dimulai dengan ancaman dari penyedia jasa transportasi konvensional di banyak daerah, namun akhir-akhir ini tidak bisa dipungkiri, jumlah pelanggannya meningkat secara drastis. Meskipun keduanya menggunakan basis internet yang tergolong kategori *fintech* namun ternyata jumlah pelanggan mereka berbeda, hal ini mengindikasikan ada intensitas penggunaan yang berbeda pula. Dengan menggunakan Technology Acceptance Model, penelitian berusaha mengungkap hal yang mendasari perbedaan jumlah penggunaan yg digambarkan oleh intensitas dengan mempertimbangkan aspek kemudahan, kebermanfaatan dan perilaku pengguna aplikasi Gojek dan Grab. Penelitian ini menggunakan mahasiswa D3 Ekonomi UNY.

Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	1
Halaman Pengesahan.....	2
Abstrak.....	3
BAB I.....	5
PENDAHULUAN	5
1.1. Latar Belakang Masalah	5
1.2. Batasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1 Financial Techonology (FinTech).....	9
2.2 Mobile Payment.....	10
2.3 TAM (Technology Acceptance Model).....	11
2.3.1 Perceived Of Usefulness (Kemanfaatan)	12
2.3.2 Ease of Use.....	13
2.3.3 Attitude	13
2.3.Kerangka Pemikiran	14
2.4. Hipotesis Penelitian	15
2.5 Pengukuran Variabel.....	16
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2. Sampel & Teknik Penentuan Sampel	18
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	18
3.4. Sumber dan Teknik Pengolahan Data	20
DAFTAR PUSTAKA	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknomoli yang semakin membaik, pengelolaan keuangan sudah masuk ke dalam ranah yang baru yang lebih dikenal dengan *Financial Technology* (Fin Tech). Pergerakan Fin Tech ke lini kehidupan makin meluas hingga masuk ke ranah yang tidak bisa dikategorikan hanya pada pendanaan, management asset dan pembayaran. Bagi individu, fin tech abih banyak digunakan untuk pembayaran seperti yang ditawarkan oleh Gojek dan Grab.

Gojek dan Grab merupakan perusahaan yang bergerak di bidang transportasi yang menawarkan fitur pembayaran non-cash. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan dari level individu hingga negara. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini berkontribusi pada perkembangan dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Sesuai dengan tipe bisnis fintech, gojek maupun grab membutuhkan koneksi internet untuk bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Gojek dan Grab merupakan transportasi berbasis internet yang keduanya saling bersaing untuk mampu menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari.

Go-jek yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada awal kemunculannya pada tahun 2010 (Wulandari, Syah, & Abdillah, 2016) menuai bermacam-macam respon dari masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya pemahaman masyarakat, Go-Jek dapat diterima dan berkembang pesat di industri transportasi Indonesia. Awalnya layanan utama Go-jek adalah mengantar penumpang ke tempat tujuan kemudian melakukan banyak inovasi dalam layanannya, seperti GOMassage, GO-Food, GO-Clean, GO-Tix, dan lain-lain yang banyak diminati konsumennya. Go-Jek juga menyertakan fitur Go-Jek Credit yang merupakan dompet virtual guna mempermudah transaksi secara online. Go-Jek Credit adalah sebuah sistem pembayaran online yang disediakan oleh Go-Jek bagi konsumen yang tidak menghendaki pembayaran secara tunai. Fitur Go-Jek Credit awalnya belum banyak digunakan oleh pengguna Go-Jek karena mereka hanya memerlukan layanan ojek. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin luas inovasi layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek, fitur

ini menjadi banyak digunakan oleh konsumen Go-Jek dan saat ini namanya berubah menjadi Go-Pay.

Go-pay merupakan salah satu produk *Financial Technology* yang diusung oleh Gojek untuk mempermudah sistem keuangan dalam perusahaan. Faktor internal berupa heterogenitas perusahaan dan tingkat persaingan serta faktor eksternal berupa peraturan pemerintah dan standart teknologi turut membentuk terjadinya inovasi pembayaran dari metode konvensional menjadi mobile payment.(Liu, Kauffman, & Ma, 2015)

Tidak mau kalah pada bulan juni 2012 Go-jek kedatangan kompetitor dari negeri tetangga yaitu Grab. Grab yang didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, Grab sebagai aplikasi pemesanan menawarkan 5 pilihan layanan transportasi mulai dari taksi (Grab Taxi), mobil pribadi (Grab Car), sepeda motor (Grab Bike), hingga pengiriman paket (Grab Expres) dan pemesanan makanan (Grab Food) untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mulai Senin, 23 Mei 2016, Grab juga menyediakan fitur pembayaran dengan dompet uang elektronik yaitu GrabPay yang hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah order (<https://www.grab.com/id/blog/driver/grabbike-grabpay-2>).

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan pengaruh tingkat penerimaan masyarakat atas Go-pay terhadap intensitas penggunaan layanan oleh konsumen Go-Jek dengan pengaruh tingkat penerimaan masyarakat atas OVO terhadap intensitas penggunaan layanan oleh konsumen Grab berdasarkan model konstruksi Technology Acceptance Model (TAM). Demi mendapatkan tujuan itu, pengujian dilakukan dengan menggunakan variabel beberapa poin yang ada dalam model TAM untuk dibandingkan seperti kemudahan dalam penggunaan (ease of use), bermanfaat (perceived usefulness), dan sikap (attitude).(Liébana-Cabanillas et al., 2014).

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini terbatas pada tingkat penerimaan sebuah teknologi *Payment System* Go-pay pada Go-jek dan hubungannya dengan intensitas penggunaan layanan Go-jek dan *Payment System* OVO pada Grab dan hubungannya dengan intensitas penggunaan layanan Grab kemudian membandingkan keduanya. Adapun penulis dalam mengukur tingkat penerimaan konsumen adalah dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) yaitu Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), Bermanfaat (*Perceived Usefulness*), sikap (*attitude*).

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah di atas maka dapat kita rumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Yakni antara lain sebagai berikut :

1. Apakah penerimaan pengguna terhadap variabel Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Bermanfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap sikap (*attitude*) dalam *Mobile Technology Acceptance Model* untuk penggunaan Go-pay dan OVO dalam transaksi Gojek dan Grab?
2. Apakah sikap (*attitude*) penggunaan Go-pay dan OVO berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan Go-jek dan Grab?
3. Bagaimana perbandingan penerimaan pengguna terhadap variabel Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Bermanfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap (*attitude*) dalam *Mobile Technology Acceptance Model* untuk penggunaan Go-pay dalam transaksi Gojek dan OVO dalam transaksi Grab?
4. Bagaimana perbandingan sikap (*attitude*) penggunaan Go-pay dan OVO terhadap intensitas penggunaan layanan Go-jek dan Grab?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui apakah penerimaan pengguna terhadap variabel Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Bermanfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap sikap (*attitude*) dalam *Mobile Technology Acceptance Model* untuk penggunaan Go-pay dan OVO dalam transaksi Gojek dan Grab.
2. Mengetahui Apakah sikap (*attitude*) penggunaan Go-pay dan OVO berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan Go-jek dan Grab.
3. Mengetahui besarnya perbedaan pengaruh tingkat penerimaan pengguna terhadap variabel Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Bermanfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap (*attitude*) dalam *Mobile Technology Acceptance Model* untuk penggunaan Go-pay dan OVO dalam transaksi Gojek dan Grab.

4. Mengetahui besarnya perbedaan pengaruh tingkat sikap (*attitude*) penggunaan Go-pay dan OVO terhadap intensitas penggunaan layanan Go-jek dan Grab.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

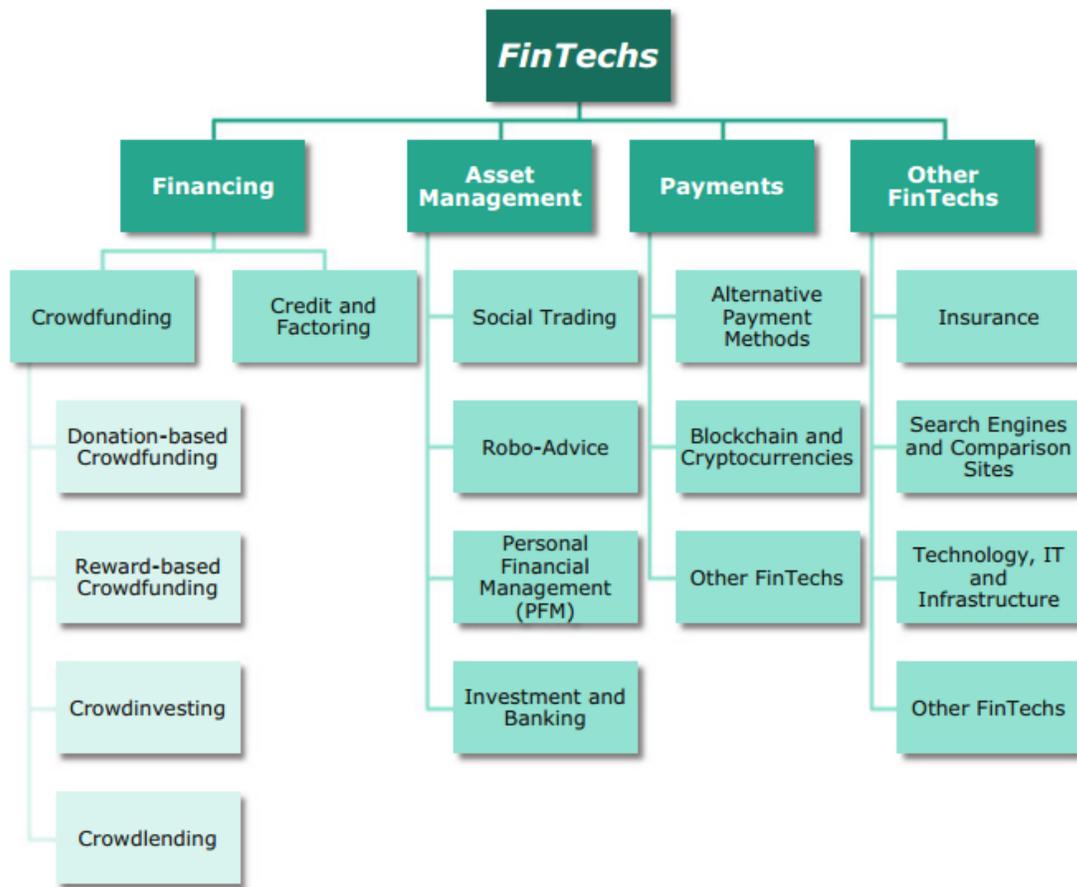
2.1 Financial Techonology (FinTech)

Fintech adalah akronim dari *financial technology* yang menggambarkan sebuah perusahaan atau anak perusahaannya yang memadukan layanan keuangan dengan teknologi. Setiap perusahaan yang ingin menjadi kategori *fintech* harus menawarkan produk berdasar internet dan aplikasi yang terpasang pada gawai. Bisnis ini pada umumnya bertujuan untuk memikat para pelanggan dengan produk-produk dan layanan yang lebih mudah digunakan, efisien, dan transparan dari metode bisnis yang konvensional. Tipe bisnis fintech juga mencakup perusahaan-perusahaan pihak ketiga sebagai penyedia teknologi kepada perusahaan lain.

Fintech tidak mungkin untuk dikategorikan berdasarkan penggunaannya dalam undang-undang atau dokumen hukum. Perusahaan FinTech tunduk pada jenis kewajiban hukum dan peraturan yang berbeda karena model bisnis mereka yang berbeda dan produk serta layanan yang sangat beragam yang mereka tawarkan. Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, dan Weber (2017) membagi fintech menjadi beberapa kelompok bisnis seperti yang di gambarkan pada gambar 2.1

Pengguna fintech dapat dibagi ke dalam empat kelompok: 1) B2B untuk bank dan 2) klien bisnis mereka; dan 3) B2C untuk usaha kecil dan 4) konsumen. Kecenderungan untuk lebih mengoptimalkan mobile banking, peningkatan informasi, data, dan analisis yang lebih akurat serta desentralisasi akses akan menciptakan peluang bagi keempat kelompok untuk lebih terintegrasi.

Sedangkan bagi konsumen, seperti halnya dengan sebagian besar teknologi, usia akan berpengaruh terhadap kesadaran tentang fintech dan bagaimana memahaminya. Faktanya adalah bahwa sebagian besar target konsumen fintech adalah generasi milenial. Beberapa pengamat fintech percaya bahwa fokus pada generasi ini lebih berkaitan dengan ukuran pasar itu daripada kemampuan dan minat yang dimiliki oleh Gen X dan Baby Boomers dalam menggunakan fintech. Sebaliknya, fintech cenderung tidak banyak memberikan manfaat kepada konsumen yang lebih tua karena dianggap tidak membantu mengatasi masalah mereka.



Sumber: Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, dan Weber (2017)

2.2 Mobile Payment

Mobile payment adalah pembayaran bagi barang atau jasa menggunakan perangkat bergerak seperti telepon genggam atau PDA. Pembayaran sejenis ini dapat merujuk kepada pembayaran menggunakan pulsa telepon genggam maupun pembayaran menggunakan telepon genggam yang dapat berkomunikasi dengan perangkat tujuan dengan memanfaatkan teknologi nirkabel (Rahayu & Waluja, 2010:1).

Menurut Wijaya dalam Samuel & Japartanto [30], karakteristik dari *mobile payment* antara lain sebagai berikut.

1. Mobile Payment bisa digunakan untuk melakukan transaksi kapan saja.
2. Mobile Payment bisa digunakan untuk transaksi di mana saja.
3. Mobile Payment mudah diakses.

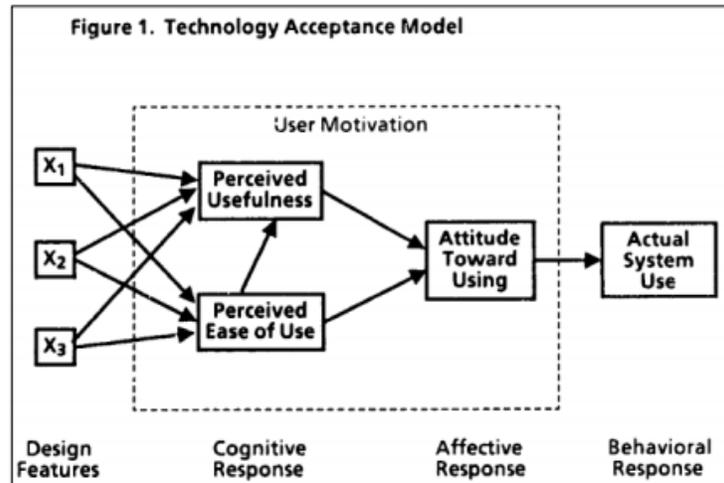
4. Mobile Payment membantu nasabah untuk sering melakukan transaksi.
5. Mobile Payment membuat transaksi bisa dilakukan dengan lebih cepat (tidak memakan waktu lama).
6. Mobile Payment tidak menyulitkan pengguna.
7. Mobile Payment merupakan layanan yang dapat dipercaya.
8. Layanan mobile payment tidak memerlukan tahap instalasi yang rumit

2.3 TAM (Technology Acceptance Model)

Terdapat beberapa model penelitian telah dikembangkan untuk mengetahui tingkat penerimaan sebuah teknologi baru di masyarakat. Salah satunya adalah dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang sudah sangat umum digunakan untuk mengukur perilaku penerimaan terhadap suatu teknologi baru. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah pengembangan dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang sebenarnya fokus kajiannya adalah perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). Model klasik TAM menggunakan faktor sikap pada beberapa variabel antara lain;

1. Kemudahan dalam Penggunaan (*Ease of Use*)
2. Kemanfaatan (*Usefulness*)

Kedua variabel tersebut menurut Davis mampu merefleksikan perilaku seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi baru. Hal itu dikarenakan pengguna pertama kali akan memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi atas dasar dua faktor di atas, kemudahan dan kemanfaatan. Secara lebih jelas Davis memberikan gambaran tentang model teori ini :



Gambar 2 1 Model Penerimaan Teknologi (Sumber; Davis,1985)

Penelitian ini berfokus hanya pada Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of use (PEOU), Attitude Toward Using (Attitude), dan Actual System Use saja. Penelitian ini menganggap kondisi di luar itu bersifat ceteris paribus.

2.3.1 Perceived Of Usefulness (Kemanfaatan)

Perceived of usefulness diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan terhadap performanya. (Davis, 1989) . Hal ini selaras dengan definisi akata *Useful* yang artinya bermanfaat. Dalam beberapa kasus, *Perceived of usefulness* juga diartikan sebagai keuntungan. Dalam dunia teknologi kemanfaatan berarti kemungkinan seseorang yang menggunakan suatu teknologi akan memperoleh suatu hasil yang diinginkan.(Liébana-Cabanillas et al., 2014)

Menurut (Chin & Todd, 1995), bahwa kemanfaatan dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu;

1) *Usefulness* dengan estimasi satu faktor, antara lain :

- Bermanfaat (*Usefull*)
- Meningkatkan efektivitas (*Enhancing Effectivity*)
- Membuat Pekerjaan lebih mudah (*Make job easier*)
- Menambah Produktifitas (*Increase Productivity*)
- Mengembangkan kinerja (*improve job performance*)

2) *Usefulness* dengan estimasi dua faktor, antara lain :

- Kemanfaatan
 - Bermanfaat (*Usefull*)
 - Membuat Pekerjaan lebih mudah (*Make job easier*)
 - Menambah Produktifitas (*Increase Productivity*)
- Efektifitas
 - Meningkatkan efektivitas (*Enhancing Effectivity*)
 - Mengembangkan kinerja (*improve job performance*)

2.3.2 Ease of Use

Definisi pertama adalah bahwa *Ease of use* berarti suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Hal ini berdasar pada definisi kata “*Ease*” (kemudahan) yang berarti kebebasan dari kesulitan atau usaha yang berlebih. Maka, menurut Davis (1989), bahwa sebuah aplikasi atau sistem teknologi yang memberikan kemudahan lebih akan lebih mudah untuk diterima oleh pengguna.

Kemudahan (*Ease to use*) memiliki dua implikasi pada sikap pengguna, baik terhadap keberhasilan individu dan juga sebagai perantara. Keberhasilan sendiri lebih jauh diartikan sebagai salah satu faktor utama yang mendasari sebuah motivasi. Pada akhirnya, seseorang akan cenderung melakukan suatu pekerjaan yang sesuai dengan motivasinya (Liébana-Cabanillas et al., 2014).

Dalam literatur lain dikatakan beberapa indikator dari suatu teknologi sehingga dapat dikatakan memiliki kemudahan, yakni antara lain (Lee & Wan, 2010);

1. Mudah terampil dalam menggunakan suatu teknologi informasi.
2. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
3. Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.

2.3.3 Attitude

Definisi populer dari sikap (*attitude*) yang juga dikutip dalam

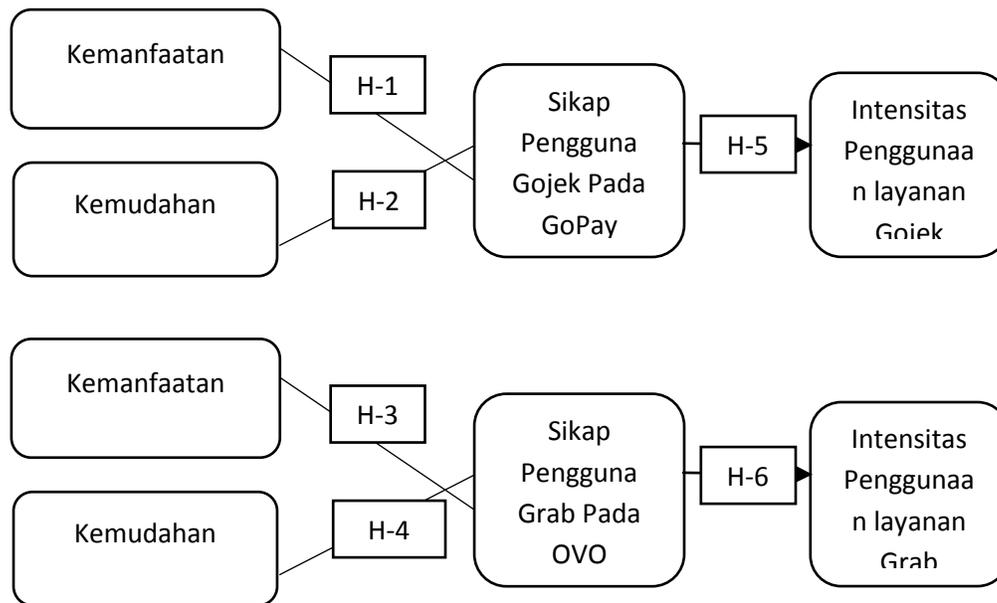
(Premkumar, Ramamurthy, & Liu, 2008) adalah perasaan senang terhadap suatu perilaku tertentu. Hal itu berarti sebuah sikap tercipta pada saat seseorang mendapatkan atau memperoleh suatu pengalaman. Dalam literatur lain lebih dalam dikatakan bahwa sikap (*attitute*) adalah hal yang memiliki multidimensi, antara lain terdapat :

1. Kognitif
2. Emosional
3. Konatif

Dimensi kognitif merujuk pada pengetahuan pengguna mengenai suatu produk atau layanan (pengalaman, kepercayaan dan opini), sedangkan dimensi emosional merujuk pada kecenderungan seseorang terhadap suatu objek (perasaan, emosi, dan evaluasi), dan yang terakhir konatif merujuk pada niat dari perilaku (Intensitas 13 pembelian, respon pembelian dan respon penolakan) (LiébanaCabanillas et al., 2014)

2.3.Kerangka Pemikiran

1. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah sistem pembayaran Go-pay yang diusung Gojek sebagai metode pembayaran secara *mobile payment* dapat diterima oleh konsumennya begitu juga dengan OVO yang diusung oleh Grab dan membandingkan apakah sistem pembayaran Go-pay pada Gojek lebih dapat diterima oleh Masyarakat dari pada sistem pembayaran OVO pada Grab atau sebaliknya. Sebagai pembaharuan dari penelitian yang sudah ada, penulis membandingkan pengaruh tingkat penerimaan pengguna terhadap variabel Kemudahan dalam penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), dan Bermanfaat (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap (*attitude*) dalam *Mobile Technology Acceptance Model* untuk penggunaan Go-pay dan OVO dalam transaksi Gojek dan Grab. Dan juga membandingkan sikap (*attitude*) penggunaan Go-pay dan OVO manakah yang berpengaruh lebih signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan Go-jek dan Grab. Secara garis besar penelitian ini memiliki kerangka sebagai berikut :



2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, penelitian ini memiliki beberapa hipotesis atau dugaan sementara yang akan di uji dan diteliti, antara lain sebagai berikut:

- H1 : Faktor kemanfaatan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen Gojek pada sistem pembayaran Gopay.
- H2 : Faktor kemudahaan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen gojek pada sistem pembayaran Gopay.
- H3 : Faktor kemanfaatan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen Grab pada sistem pembayaran OVO.
- H4 : Faktor kemudahaan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen Grab pada sistem pembayaran OVO.
- H5 : Sikap konsumen Gojek pada sistem pembayaran Gopay berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan Gojek.
- H6 : Sikap konsumen Grab pada sistem pembayaran OVO berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan Grab.
- H7 : Ada perbedaan pengaruh antara setiap variable antar grup pengguna Gojek dan Grab

2.5 Pengukuran Variabel

Secara ringkas, definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Definisi	Indikator
<i>Perceived of Usefulness</i> (X_1)	sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan terhadap performanya (Davis, 1989)	Bermanfaat (Useful) <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan efektivitas (Enhancing Effectivity) • Membuat Pekerjaan lebih mudah (Make job easier) • Menambah Produktifitas (Increase Productivity) • Mengembangkan kinerja (improve job performance) (Chin & Todd, 1995)
<i>Ease Of Use</i> (X_2)	keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Radner & Rothschild (1975) dalam Davis (1989)	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah terampil dalam menggunakan suatu teknologi informasi. • Teknologi informasi sangat mudah dipelajari. • Teknologi informasi sangat mudah dioperasikan. (Lee & Wan, 2010)
<i>Attitude Toward Using</i> (Y)	Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi tersebut disukai oleh pengguna. • Teknologi tersebut cerdas.

Jenis Variabel	Definisi	Indikator
	<p>nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan (LiébanaCabanillas et al., 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi tersebut menarik. • Teknologi tersebut nyaman. <p>(Liébana-cabanillas et al., 2014)</p>
<p><i>Intensitas penggunaan Layanan Gojek(Y₁)</i></p>	<p>kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan teknologi tersebut dalam semua transaksi yang ia lakukan (Widia Permana, Endang Siti Astuti, 2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna memiliki keinginan untuk menggunakan layanan gojek karena aplikasi gopay. • Pengguna gopay terus berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan Gojek. <p>(Liébana-cabanillas et al., 2014)</p>

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian terkait penggunaan sosial media ini didesain dalam bentuk penelitian lapangan (*Field Research*), dimana dalam penelitian ini, data dan informasinya yang diperoleh merupakan hasil dari kegiatan lapangan penelitian. Sedangkan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif.

3.2. Sampel & Teknik Penentuan Sampel

Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Diploma 3 UNY, tidak terbatas hanya pada satu jurusan tertentu saja, namun mewakili setiap jurusan dan angkatan masuk kuliah. Karena fokus dari Studi adalah penerimaan konsumen Gojek atas sistem pembayaran Gopay, responden dipaparkan untuk memastikan bahwa mereka benar-benar menggunakan aplikasi Gojek dan telah melakukan transaksi lebih dari 3 kali. Survei kuesioner self-administered digunakan untuk pengumpulan data.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Terdapat 4 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, adapun masing masing memiliki definisi operasional tersendiri. Definisi operasional bertujuan untuk memberikan batasan pengertian terhadap variabel-variabel yang diuji di dalam penelitian agar memiliki kesamaan penaksiran antara peneliti dan pembaca. Sedangkan 4 variabel tersebut antara lain:

1. Kemanfaatan (*Perceived of Usefulness*) Sebagaimana penjelasan penulis pada landasan teori, kemanfaatan disini diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan Dpeningkatan terhadap performanya (Davis, 1989). Maka seberapa besar Gopay memberikan peningkatan terhadap performan konsumen dalam menggunakan Gojek maka sebesar itu pula manfaat yang dimiliki oleh sistem pembayaran Gopay. Sedangkan indikator sesuatu dapat dikatakan bermanfaat sebagaimana diungkapkan (Chin & Todd, 1995) adalah antara lain :

- Bermanfaat (*Usefull*)
- Meningkatkan efektivitas (*Enhancing Effectivity*)
- Membuat Pekerjaan lebih mudah (*Make job easier*)
- Menambah Produktifitas (*Increase Productivity*)
- Mengembangkan kinerja (*improve job performance*)

2. Kemudahan (*Ease of Use*)

Kemudahan menurut (KBBI, 2014) berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam melakukannya. Pengertian yang sama juga diungkapkan oleh Radner & Rothschild (1975) dalam (Davis, 1989) yang mengatakan bahwa *Ease to use* berarti suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih.

(Lee & Wan, 2010) memeberikan indikator suatu teknologi dapat dikatakan mudah dengan hal hal berikut:

- Mudah terampil dalam menggunakan suatu teknologi informasi.
- Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.
- Teknologi informasi sangan mudah dioperasikan.

3. Penerimaan teknologi (*Acceptance of technology*)

Variabel ini berusaha menunjukkan apakah suatu teknologi bisa diterima oleh penggunanya. Beberapa model telah dikembangkan oleh sebagian peneliti untuk dapat mengukur apakah suatu teknologi itu bisa dikatakan diterima, antara lain TAM (*Technology Acceptance Model*), TRA (*Theory Reasoned Action*), MPTAM (*Mobile Payment Technology Acceptance Model*) dll (Liébana-Cabanillas et al., 2014). Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkanya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan. Beberapa indikator yang dapat menjelaskan diterima atau tidaknya suatu teknologi adalah sebagai berikut (Liébana-cabanillas et al., 2014);

- Teknologi tersebut disukai oleh pengguna.

- Teknologi tersebut cerdas.
- Teknologi tersebut menarik.
- Teknologi tersebut nyaman.

4. Intensitas Penggunaan (*Intensity of Use*)

Menurut (KBBI, 2014), intensitas berarti ukuran intensnya atau secara mudahnya dapat kita pahami sebagai seberapa sering. Maka variabel ini berarti seberapa sering pengguna suatu teknologi pembayaran melakukan transaksi dengan metode tersebut. Dalam literatur lain dikatakan bahwa Intensitas penggunaan berarti kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan teknologi tersebut dalam semua transaksi yang ia lakukan (Permana dan Astuti, 2012). Adapun indikator yang dapat menjelaskan intensitas penggunaan suatu produk atau layanan adalah sebagai berikut (Liébana-cabanillas et al., 2014):

- Pengguna memiliki keinginan untuk menggunakan layanan gojek karena aplikasi gopay.
- Pengguna gopay terus berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan Gojek.

3.4. Sumber dan Teknik Pengolahan Data

Metode Pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuisisioner dengan menggunakan 4 skala lickert. Kuisisioner disebar secara *online* menggunakan *google form* yang dapat didistribusikan ke seluruh sampel. Sehingga diharapkan total kuisisioner terisi memiliki jumlah yang cukup besar.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah untuk mendapatkan nilai-nilai yang dapat digunakan untuk interpretasi dan dasar pengambilan keputusan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa kuantitatif sebagai dasar pengambilan keputusan. Analisis akan dilakukan dengan menggunakan 2 langkah. Langkah pertama adalah menggunakan analisis path untuk mengetahui pengaruh hubungan setiap variable di setiap grup sampel, kemudian dilakukan uji ANOVA untuk mengidentifikasi ada tidaknya perbedaan pengaruh antar variable pada antara kedua grup tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the use, usefulness and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of... *MIS Quarterly*, 19(2 (June)), 237–246.
<https://doi.org/10.2307/249690>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, dan Weber (2017)
- KBBI. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online - definisi kata. *Potensi*. Retrieved from <http://kbbi.web.id/>
- Lee, C., & Wan, G. (2010). Including subjective norm and technology trust in the technology acceptance model. *ACM SIGMIS Database*, 41(4), 40.
<https://doi.org/10.1145/1899639.1899642>
- Liébana-cabanillas, F., Sánchez-fernández, J., & Mu, F. (2014). International Journal of Information Management The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks : The Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN), 34, 151–166.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.12.006>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.022>
- Liu, J., Kauffman, R. J., & Ma, D. (2015). Competition, cooperation, and regulation: Understanding the evolution of the mobile payments technology ecosystem. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 372– 391.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.03.003>
- Premkumar, G., Ramamurthy, K., & Liu, H. N. (2008). Internet messaging: An examination of the impact of attitudinal, normative, and control belief systems. *Information and Management*, 45(7), 451–457. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.06.008>

Rahayu & Waluja. (2010). *On-line Mobile Payment Dengan Menggunakan EDC Sebagai Sarana Pembayaran Tagihan PLN*. Mercubuana, Jakarta.

Permana, Widia, dan Endang Siti Astuti, I. S. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Kelanjutan.

Wulandari, C., Syah, L. Y., & Abdillah, L. A. (2016). Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI (Studi Kasus Pada Aplikasi Gojek). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Ke-8 (SEMNASTIK2016)*, 8, 7–12.

<https://www.go-jek.com/about/>

<https://www.grab.com/id/about/>

<https://id.beritasatu.com/home/grab-ubah-grabpay-jadi-ovo-cash/176491>

J. PERSONALIA PENELITIAN

KETUA	
Nama	Abdullah Taman, S.E.,M.Si.,Ak
NIP	196306241990011001
Pangkat/Jab/Gol	Asisten Ahli / IIIc
Prodi/Jur/Fakultas	Akuntansi / P. Akuntansi / FE
Telepon	0811250575
Email	abtaman@uny.ac.id
ANGGOTA 1	
Nama	Arief Zuliyanto Susilo, M.Sc.
NIP	198207062015041001
Pangkat/Jab/Gol	Penata Muda Tk I/ Tenaga Pengajar / IIIb
Prodi/Jur/Fakultas	Akuntansi / P. Akuntansi / FE
Telepon	081329424141
Email	azuliyanto@gmail.com
ANGGOTA 2	
Nama	Adeng Putikaningrum, M. Si
NIP	19870204 201404 1 002
Pangkat/Jab/Gol	Penata Muda Tk I/ Tenaga Pengajar / IIIb
Prodi/Jur/Fakultas	Akuntansi / P. Akuntansi / FE
Telepon	082221801695
Email	adengpustikaningsih@uny.ac.id
ANGGOTA 3	
Nama	Ahmad Samlawi, S.E.,M.Si
NIP	11410630322528
Pangkat/Jab/Gol	Tenaga Pengajar
Prodi/Jur/Fakultas	Akuntansi / P. Akuntansi / FE
Telepon	
Email	ahmadsamlawi@uny.ac.id

MAHASISWA 1	
Nama	Ghina Wintang Alfiana
NIM	17812144014
MAHASISWA 2	
Nama	Wulan Ramadhani
NIM	17812144017

K. RENCANA KEGIATAN

No.	Kegiatan	Bulan					
		Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni
1.	Tahap Penyusunan Proposal	xxx					
2.	Penyusunan instrumen kuesioner		xxx				
3.	Tahap Pengumpulan Data			xxx	xxx		
4.	Analisis Data						xxx
5.	Penyusunan Laporan						
	a. Draft Laporan				xxx	xxx	
	b. Seminar/diskusi					xxx	xxx
	c. Revisi Laporan					xxx	xxx
	d. Penyerahan Laporan						xxx

L. RENCANA BIAYA PENELITIAN

PENERIMAAN DANA PENELITIAN				Rp 15.000.000
PENGELUARAN				
Bahan Habis Pakai dan Peralatan penunjang				
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Alat Tulis Kantor	Pembuatan dan pelaporan penelitian	1 paket	150.000	150.000
Kertas HVS	Pembuatan proposal dan laporan penelitian	2 rim	50.000	100.000
Tinta printer	Mencetak proposal, dokumen, materi, dan laporan penelitian	2 buah	150.000	300.000
Flashdisk 64GB	Penyimpanan data bagi anggota peneliti	5 buah	109.000	545.000
Pulsa telepon	Koordinasi tim peneliti	5 paket	300.000	1.500.000
Pulsa Internet	Akses internet	5 paket	350.000	1.750.000
SUB TOTAL (Rp)			4.345.000	
Perjalanan, akomodasi, dan konsumsi				
Material	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)

Konsumsi Seminar Proposal dan Seminar Hasil Penelitian	Konsumsi peserta seminar proposal dan seminar hasil penelitian	2 x	525.000	1.050.000
Transportasi peneliti ke lokasi pengambilan data	Pengambilan data penelitian	20	100.000	2.000.000
SUB TOTAL (Rp)				3.050.000
Pelaporan, pustaka, publikasi				
Kegiatan	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
Pengumpulan materi/referensi penelitian	Diskusi dan dokumentasi penelitian referensi	3	500.000	1.500.000
Penyusunan Proposal penelitian	Diskusi dan penyusunan laporan penelitian	1	500.000	1.500.000
FGD dan penyusunan instrument kuesioner	FGD dengan rekan sejawat untuk mencari rumusan pertanyaan yang akan digunakan	2	3.000.000	6.000.000
Pengambilan dan interpretasi data penelitian	Menyusun matriks hasil analisis	3	2.000.000	6.000.000
Penyusunan laporan penelitian	Diskusi dan penyusunan laporan	1	1.500.000	1.500.000

	penelitian			
SUB TOTAL (Rp)		16.500.000		
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN (Rp)		23.895.000		

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdulah Taman, M.Si., Ak
NIP : 196306241990011001
Pangkat / Golongan : Penata/ III c
Jabatan Fungsional : Lektor
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan kesediaan melaksanakan penelitian dengan sebenar-benarnya. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa adanya tekanan dari pihak manapun.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Sugiharsono, M.Si.)
NIP. 19550328 198303 1 002

Yogyakarta, 14 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Abdulah Taman, M.Si., Ak.)
NIP. 19630624 199001 1 001