

Analisis Minat Penggunaan Fasilitas Aplikasi Pospay Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus Kantor Pos Pusat Makassar)

Umi Kalsum¹, Keren Klevia Thomas², Yesaya Tommy Paulus³, Samsu Alam⁴

^{1,2,3} Jurusan Sistem Informasi Universitas Dipa Makassar

⁴ Jurusan Teknik Informatika Universitas Dipa Makassar
Jln. Perintis Kemerdekaan KM. 9 Makassar

¹umikalsum2007@gmail.com, ²kerenkey20@gmail.com, ³tasyanoah@undipa.ac.id, ⁴alam@undipa.ac.id

Abstrak

Pospay merupakan salah satu jenis pelayanan berbasis rekening GiroPos yang diluncurkan oleh PT Pos Indonesia (Persero). Aplikasi yang bergerak di bidang jasa keuangan yang baru diluncurkan pada tanggal 13 April 2021. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat pegawai dan masyarakat terhadap aplikasi Pospay dengan menggunakan metode analisis penerimaan sistem informasi, yaitu Technology Acceptance Model (TAM), sehingga faktor – faktor yang mempengaruhi pegawai kantor Pos dan masyarakat umum dalam menggunakan aplikasi pospay dapat diketahui. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dimana data yang digunakan diperoleh langsung dari Kantor Pos Pusat Makassar dengan menyebarkan kuesioner kepada 140 responden. Dari enam variabel TAM yang digunakan dalam penelitian ini serta pengujian hipotesis yang dilakukan terhadap variabel yang digunakan, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa pengguna dalam hal ini pegawai kantor Pos dan masyarakat umum menilai bahwa aplikasi pospay memberikan informasi layanan kantor pos yang up to date dan akurat sebesar 62% - 81%, aplikasi Pospay mudah digunakan sebesar 60% - 160%, dan aplikasi Pospay bermanfaat sebesar 70% - 162% sehingga dapat meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi Pospay.

Kata kunci: Pospay, *Technology Acceptance Model* (TAM), Pengujian hipotesis

Abstract

Pospay is one type of GiroPos account-based service launched by PT Pos Indonesia (Persero). The new application engaged in financial services was launched on April 13, 2021. This study generally aims to find out how the interest of employees and the public towards the Pospay application by using the information system acceptance analysis method, namely the Technology Acceptance Model (TAM), so that the factors that influence Post office employees and the general public in using the Pospay application can be known. This type of research is a quantitative descriptive research, where the data used was obtained directly from the Makassar Central Post Office by distributing questionnaires to 140 respondents. Of the six TAM variables used in this study and hypothesis testing carried out on the variables used, researchers concluded that users in this case Post office employees and the general public assessed that the Pospay application provides up to date and accurate post office service information by 62% - 81%, the Pospay application is easy to use by 60% - 160%, and the Pospay application is useful by 70% - 162% so that it can increase interest in using the Pospay application.

Keywords: Pospay, *Technology Acceptance Model* (TAM), Hypothesis testing

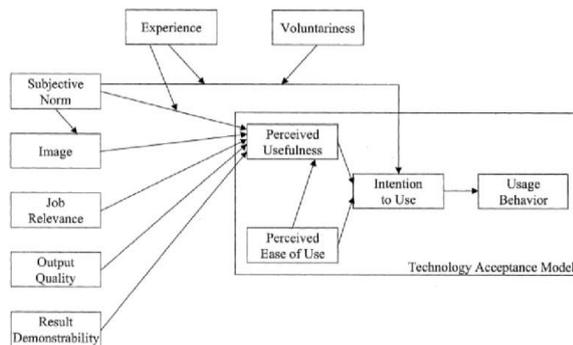
I. PENDAHULUAN

Pospay merupakan salah satu jenis pelayanan berbasis rekening GiroPos yang diluncurkan oleh PT Pos Indonesia

(Persero) pada tanggal 13 April 2021 yang bergerak di bidang jasa keuangan. Aplikasi Pospay yang terbilang baru ini memberikan fasilitas layanan transaksi keuangan secara mobile yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja,

sehingga masyarakat tidak lagi harus bersusah payah membayar tagihan berkali-kali di lokasi berbeda [1]. Pospay melayani semua pembayaran tagihan vital mulai dari tagihan listrik, PDAM, telepon rumah dan pascabayar, cicilan kendaraan, dan sebagainya. Dibalik berbagai fasilitas yang diberikan aplikasi Pospay, sejauh ini belum diketahui bagaimana kondisi dan penilaian penggunaan fasilitas aplikasi Pospay yang berjalan saat ini serta belum diketahui apa saja faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan fasilitas aplikasi Pospay.

Untuk melakukan sebuah analisis minat penggunaan sistem informasi, metode yang penulis gunakan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan penggunaan terhadap sistem dari sisi kebermanfaatan, kemudahan, sikap terhadap pengguna, minat perilaku dan penggunaan teknologi sesungguhnya pada sistem informasi. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik. Model TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah model TAM 2 yang diadaptasi dari Vankatesh dan Davis (2000). Model TAM 2 lebih menjelaskan secara rinci bagi pengguna dalam penggunaan sistem informasi [2].



Gambar 1. *Technology Acceptance Model 2*

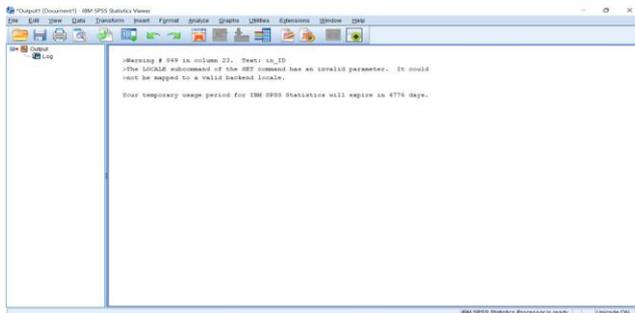
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi dan menilai penggunaan fasilitas aplikasi Pospay yang berjalan saat ini serta mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan fasilitas aplikasi Pospay. Adapun penelitian yang telah dilakukan terkait penelitian ini, yaitu : pertama, penelitian yang dilakukan oleh [3], hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari sebelas variabel yang digunakan yaitu *Subjective Norm, Image, Perceived Usefulness, Job Relevance, Output Quality, Result Demonstrability, Experience, Voluntariness, Intention to Use, Perceived Ease of Use, Usage Behavior*, menghasilkan hasil yang berpengaruh signifikan positif terhadap masing-masing variabel mengenai rencana penerapan dompet digital di Universitas Ma Chung. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh [4], hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari sepuluh variabel yang digunakan yaitu *Subjective Norm, Job Relevance, Output Quality, Result Demonstrability, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use, Usage Behavior, dan Experience*

menghasilkan kesimpulan bahwa pengguna merasa bahwa Zoom Cloud meeting adalah platform yang dapat menunjang e-meeting sehingga banyak pengguna yang setuju jika platform Zoom Cloud Meetings terus digunakan untuk keperluan bisnis di Business Wisdom Institute Surabaya, Indonesia. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh [5], hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap menggunakan, kepercayaan sendiri, dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap variabel minat perilaku menggunakan aplikasi grab. Sementara secara parsial, variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap menggunakan dan variabel kepercayaan sendiri berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku menggunakan aplikasi grab. Keempat, penelitian yang dilakukan oleh [6], hasil dari penelitian ini *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *Perceived of Usefulness* dompet digital. *Perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use* dompet digital. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived of Usefulness* dompet digital. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention of Use* dompet digital. *Perceived of Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention of Use* dompet digital. *Trust* tidak berpengaruh terhadap *Intention of Use* dompet digital. *Perceived Risk* tidak berpengaruh terhadap *Intention of Use* dompet digital. Namun dalam hal ini masalah tentang analisis minat penggunaan fasilitas aplikasi Pospay di kantor Pos Pusat Makassar belum pernah diteliti dengan menggunakan metode TAM. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh [7], hasil dari penelitian ini diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, kepercayaan *Attitude Towards Using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee. Hasil pada variabel *Perceived of Usefulness* dan risiko menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee.

Menurut Ma & Liu dalam [8] menjelaskan bahwa model penerimaan teknologi (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 merupakan suatu model untuk menjelaskan perilaku penerimaan pengguna. Model ini didasarkan pada teori psikologi sosial dan *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA menegaskan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap, mengarah pada niat dan kemudian menghasilkan perilaku. Penelitian dari Davis kemudian memperkenalkan konstruk dalam model penerimaan teknologi, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, dan niat.

Menurut Sugiyono dalam [9], analisis adalah kegiatan untuk mencapai pola, atau cara berfikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antara bagian, serta hubungannya dengan keseluruhan. Sedangkan menurut Hoetommo dalam [9], analisis merupakan kegiatan memperhatikan, mengamati, dan memecahkan sesuatu yang dilakukan oleh seseorang.

SPSS merupakan sebuah program aplikasi dengan kemampuan analisis statistik tingkat lanjut dan sistem pengelolaan data dalam lingkungan grafis dengan menu deskriptif sederhana dan kotak dialog untuk memudahkan pengoperasiannya. SPSS dapat membaca berbagai jenis data atau memasukkan data langsung ke Editor Data SPSS. Meskipun struktur dari file data mentah dalam Editor Data SPSS, maka harus dibentuk dalam bentuk baris (cases) dan kolom (variables). Case berisi data dari satu unit analisis, sedangkan variable mewakili data yang dikumpulkan untuk setiap kasus. Adapun SPSS yang akan digunakan untuk pegujian hipotesis dan korelasi pada penelitian ini ialah SPSS versi 25.



Gambar 2. SPSS Versi 25

Skala likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert pada tahun 1932. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial [10]. Skala likert memiliki empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor atau nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap dan perilaku. Skala likert dapat juga dikatakan sebagai skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan untuk penelitian [11].

Microsoft Excel adalah program *spreadsheet/worksheet* yang memungkinkan kita untuk menyimpan, mengatur, dan menganalisis data. Menurut Suyanto dalam [12], Microsoft Excel merupakan aplikasi yang memungkinkan untuk dapat merancang dan membuat presentasi secara mudah, cepat, serta dengan tampilan yang menarik dan profesional.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos Pusat Makassar, Jl. Slamet Riyadi No. 10 Bulu Gading, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan selama tiga bulan, terhitung sejak November 2022 sampai Januari 2023.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membuat gambar atau deskripsi tentang sesuatu atau keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa angket yang menggunakan skala Likert, meliputi angka 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak

Setuju), 3 (Cukup Setuju), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju), wawancara yang dilakukan secara tatap muka dengan cara tanya jawab dengan para pegawai dan masyarakat umum yang berada di kantor Pos Pusat Makassar, dan studi pustaka dengan mengumpulkan referensi dari penelitian terdahulu, pembelajaran yang mendukung seperti buku, artikel, jurnal, dan teori yang mendukung penelitian ini.

Data dalam penelitian ini didapatkan dari sampel yang diambil dari populasi. Populasi merupakan seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan [2]. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pegawai kantor Pos Pusat Makassar dan masyarakat umum yang sedang berada di kantor Pos Pusat Makassar dan menggunakan aplikasi Pospay.

Sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi [2]. Untuk menentukan ukuran sampel, penulis menggunakan perhitungan *unknown population*. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0.1)^2}$$

$$n = 96.4$$
(1)

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada α = 5% atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka Z = 1.96)

μ = *Margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di atas, maka sampel yang akan digunakan adalah 140 responden sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan (*purposive sampling*) merupakan pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, dimana pada penelitian ini responden memiliki kriteria telah menggunakan aplikasi Pospay dan sedang berada di kantor Pos Pusat Makassar saat kuesioner dibagikan.

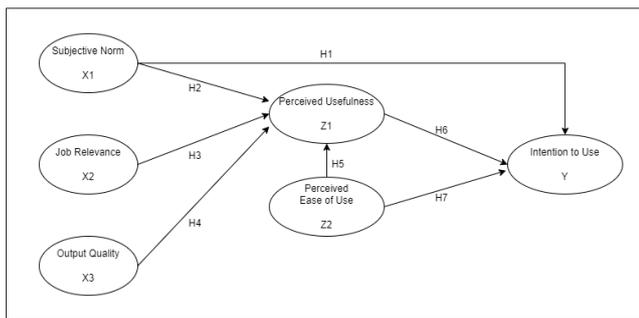
Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel - variabel TAM 2. Dalam penelitian ini menggunakan enam variabel, yaitu *Subjective Norm*, *Job Relevance*, *Output Quality*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Intention to Use*. Pembuatan kuesioner didasarkan pada variabel dan indikator pernyataan yang ada pada model TAM 2.

Tabel 1. Variabel dan indikator pernyataan TAM 2

Variabel	Kode	Pernyataan Indikator
Intention to Use	Y1	Saya berniat untuk menggunakan aplikasi pospay
	Y2	Saya berniat mengajak orang lain

		untuk menggunakan aplikasi pospay
Perceived Usefulness	Z1.1	Aplikasi pospay membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan cepat
	Z1.2	Aplikasi pospay menghemat waktu saya dalam mencari informasi
	Z1.3	Aplikasi pospay membuat saya mampu mendapatkan informasi dengan mudah
	Z1.4	Aplikasi pospay berguna bagi saya
Perceived Ease of Use	Z2.1	Aplikasi pospay mudah dipelajari
	Z2.2	Aplikasi pospay mudah menemukan sesuatu yang dicari
	Z2.3	Penggunaan aplikasi pospay mudah dipahami
	Z2.4	Saya merasa menguasai penggunaan fitur-fitur di aplikasi pospay
Output Quality	X3.1	Kualitas informasi yang diberikan aplikasi pospay akurat
	X3.2	Kualitas informasi yang diberikan aplikasi pospay up to date
Job Relevance	X2.1	Dalam pekerjaan saya, penggunaan aplikasi pospay ini penting
	X2.2	Didalam pekerjaan saya menggunakan aplikasi pospay ini bersangkut paut / relevan
Subjective Norm	X1.1	Rekan-rekan menganjurkan saya untuk menggunakan aplikasi pospay
	X1.2	Aplikasi pospay mempermudah pengguna dalam menggunakan layanan kantor pos

Model konseptual yang mendasari hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Model Konseptual

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :
 H1 : *Subjective Norm* memiliki korelasi terhadap *Intention to Use*.
 H2 : *Subjective Norm* memiliki korelasi terhadap *Perceived Usefulness*.

H3 : *Job Relevance* memiliki korelasi terhadap *Perceived Usefulness*.
 H4 : *Output Quality* memiliki korelasi terhadap *Perceived Usefulness*.
 H5 : *Perceived Ease of Use* memiliki korelasi terhadap *Perceived Usefulness*.
 H6 : *Perceived Ease of Use* memiliki korelasi terhadap *Intention to Use*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan pengujian statistik non-parametrik terhadap hipotesis dan korelasi menggunakan uji *spearman rho* untuk mencari tahu apakah terdapat hubungan pada setiap variabel TAM. Pada uji normalitas yang telah dilakukan, didapatkan bahwa setiap data (df=140) memiliki nilai $p < 0,05$ yang berarti data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

Total tingkat persentase jawaban yang cenderung cukup setuju pada variabel *Subjective Norm* (X1) berkisar 21% - 95%. Untuk tiga variabel berikutnya, yaitu *Job Relevance* (X2) berkisar 38% - 77%, *Output Quality* (X3) berkisar 62% - 81%, dan *Perceived Usefulness* (Z1) berkisar 70% - 162%. Untuk dua variabel terakhir, yaitu *Perceived Ease of Use* (Z2) berkisar 60% - 160% dan *Intention to Use* (Y) berkisar 7% - 56%.

- A. H1 : *Subjective Norm* memiliki korelasi terhadap *Intention to Use*
- 1) Ha : Terdapat korelasi antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel *Intention to Use*.
 - 2) Ho : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel *Intention to Use*.

Tabel 2. Hubungan Variabel *Subjective Norm* dan *Intention to Use*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
X1.1 terhadap Y1	0,467	0,000	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Y1	0,385	0,000	Terdapat korelasi
X1.1 terhadap Y2	0,573	0,000	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Y2	0,324	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 2 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin sering seseorang dianjurkan untuk menggunakan aplikasi pospay dan aplikasi pospay juga mempermudah seseorang dalam menggunakan layanan kantor pos maka seseorang tersebut akan semakin berniat untuk menyarankan orang lain untuk menggunakan aplikasi pospay.

- B. H2 : *Subjective Norm* memiliki korelasi terhadap *Perceived Usefulness*

- 1) Ha : Terdapat korelasi antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.
- 2) Ho : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.

Tabel 3. Hubungan Variabel *Subjective Norm* dan *Perceived Usefulness*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
X1.1 terhadap Z1.1	0,438	0,000	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Z1.1	0,243	0,004	Terdapat korelasi
X1.1 terhadap Z1.2	0,370	0,000	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Z1.2	0,221	0,009	Terdapat korelasi
X1.1 terhadap Z1.3	0,344	0,000	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Z1.3	0,169	0,046	Terdapat korelasi
X1.1 terhadap Z1.4	0,223	0,008	Terdapat korelasi
X1.2 terhadap Z1.4	0,321	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 3 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin sering seseorang dianjurkan untuk menggunakan aplikasi pospay yang dianggap mempermudah dalam menggunakan layanan kantor pos maka seseorang tersebut akan mendapatkan informasi layanan kantor pos yang dianggap berguna.

C. H3 : Job Relevance memiliki korelasi terhadap Perceived Usefulness

- 1) Ha : Terdapat korelasi antara variabel *Job Relevance* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.
- 2) Ho : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Job Relevance* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.

Tabel 4. Hubungan Variabel *Job Relevance* dan *Perceived Usefulness*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
X2.1 terhadap Z1.1	0,516	0,000	Terdapat korelasi
X2.2 terhadap Z1.1	0,518	0,000	Terdapat korelasi

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
X2.1 terhadap Z1.2	0,455	0,000	Terdapat korelasi
X2.2 terhadap Z1.2	0,440	0,000	Terdapat korelasi
X2.1 terhadap Z1.3	0,546	0,000	Terdapat korelasi
X2.2 terhadap Z1.3	0,505	0,000	Terdapat korelasi
X2.1 terhadap Z1.4	0,426	0,000	Terdapat korelasi
X2.2 terhadap Z1.4	0,428	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa seseorang menganggap bahwa penggunaan aplikasi pospay yang relevan dengan pekerjaan mereka berguna untuk mendukung pekerjaan mereka karena aplikasi pospay dapat dengan mudah dan cepat menemukan informasi yang terkait dengan pekerjaan mereka.

D. H4 : Output Quality memiliki korelasi terhadap Perceived Usefulness

- 1) Ha : Terdapat korelasi antara variabel *Output Quality* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.
- 2) Ho : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Output Quality* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.

Tabel 5. Hubungan Variabel *Output Quality* dan *Perceived Usefulness*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
X3.1 terhadap Z1.1	0,440	0,000	Terdapat korelasi
X3.2 terhadap Z1.1	0,438	0,000	Terdapat korelasi
X3.1 terhadap Z1.2	0,272	0,001	Terdapat korelasi
X3.2 terhadap Z1.2	0,392	0,000	Terdapat korelasi
X3.1 terhadap Z1.3	0,292	0,000	Terdapat korelasi
X3.2 terhadap Z1.3	0,378	0,000	Terdapat korelasi
X3.1 terhadap Z1.4	0,196	0,020	Terdapat korelasi

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
Z1.4			
X3.2 terhadap Z1.4	0,334	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 5 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa jika kualitas informasi yang diberikan aplikasi pospay akurat dan *up to date* maka seseorang mampu mendapatkan informasi yang berguna dengan cepat dan mudah.

E. H5 : Perceived Ease of Use memiliki korelasi terhadap Perceived Usefulness

- 1) H_a : Terdapat korelasi antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.
- 2) H_o : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Perceived Usefulness*.

Tabel 6. Hubungan Variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
Z2.1 terhadap Z1.1	0,473	0,000	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Z1.1	0,487	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Z1.1	0,471	0,000	Terdapat korelasi
Z2.4 terhadap Z1.1	0,426	0,000	Terdapat korelasi
Z2.1 terhadap Z1.2	0,354	0,000	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Z1.2	0,414	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Z1.2	0,344	0,000	Terdapat korelasi
Z2.4 terhadap Z1.2	0,440	0,000	Terdapat korelasi
Z2.1 terhadap Z1.3	0,296	0,000	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Z1.3	0,385	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Z1.3	0,465	0,000	Terdapat korelasi

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
Z2.4 terhadap Z1.3	0,514	0,000	Terdapat korelasi
Z2.1 terhadap Z1.4	0,239	0,004	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Z1.4	0,253	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Z1.4	0,205	0,015	Terdapat korelasi
Z2.4 terhadap Z1.4	0,454	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 6 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa seseorang merasa bahwa fitur-fitur aplikasi pospay dan juga merasa aplikasi pospay mudah dipelajari dan dipahami maka seseorang tersebut dapat mendapatkan informasi yang berguna dengan cepat dan berguna.

F. H6 : Perceived Usefulness memiliki korelasi terhadap Intention to Use

- 1) H_a : Terdapat korelasi antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap variabel *Intention to Use*
- 2) H_o : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*

Tabel 7. Hubungan Variabel *Perceived Usefulness* terhadap variabel *Intention to Use*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
Z1.1 terhadap Y1	0,513	0,000	Terdapat korelasi
Z1.2 terhadap Y1	0,487	0,000	Terdapat korelasi
Z1.3 terhadap Y1	0,418	0,000	Terdapat korelasi
Z1.4 terhadap Y1	0,422	0,000	Terdapat korelasi
Z1.1 terhadap Y2	0,544	0,000	Terdapat korelasi
Z1.2 terhadap Y2	0,439	0,000	Terdapat korelasi
Z1.3 terhadap Y2	0,465	0,000	Terdapat korelasi
Z1.4 terhadap Y2	0,311	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 7 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian hasil

pengujian menunjukkan bahwa aplikasi pospay yang berguna untuk mendapatkan informasi dengan mudah dan cepat dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan atau mengajak orang lain menggunakan aplikasi pospay.

G. H7 : *Perceived Ease of Use* memiliki korelasi terhadap *Intention to Use*

- 1) Ha : Terdapat korelasi antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Intention to Use*
- 2) Ho : Tidak terdapat korelasi antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*

Tabel 8. Hubungan Variabel *Perceived Ease of Use* terhadap variabel *Intention to Use*

Indikator variabel	Correlation Coefficient	Signifikansi	Korelasi
Z2.1 terhadap Y1	0,554	0,000	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Y1	0,562	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Y1	0,424	0,000	Terdapat korelasi
Z2.4 terhadap Y1	0,518	0,000	Terdapat korelasi
Z2.1 terhadap Y2	0,483	0,000	Terdapat korelasi
Z2.2 terhadap Y2	0,474	0,000	Terdapat korelasi
Z2.3 terhadap Y2	0,372	0,000	Terdapat korelasi
Z2.4 terhadap Y2	0,401	0,000	Terdapat korelasi

(sumber : pengolahan data menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 setiap indikator variabel yang dihubungkan memiliki nilai signifikansi atau $p < 0,05$ maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian hasil pengujian menunjukkan bahwa seseorang menganggap dirinya berminat menggunakan atau mengajak orang lain menggunakan aplikasi pospay karena fitur-fitur pada aplikasi pospay mudah dipahami dan dipelajari.

IV. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengguna, yaitu pegawai kantor Pos dan masyarakat umum menilai bahwa aplikasi Pospay memberikan informasi layanan kantor Pos yang up to date dan akurat serta mudah digunakan dan bermanfaat untuk mendukung pekerjaan mereka sehingga dapat meningkatkan minat untuk menggunakan aplikasi Pospay.

Faktor – faktor yang mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi Pospay, yaitu kemudahan penggunaan aplikasi Pospay dengan nilai persentase berkisar 60% - 160%, kebermanfaatan aplikasi Pospay dengan nilai persentase berkisar 70% - 162%, keselarasan pekerjaan pengguna dengan penggunaan aplikasi Pospay dengan nilai persentase berkisar 38% - 77%, kualitas informasi yang diberikan aplikasi Pospay dengan nilai persentase berkisar 62% - 81%, serta pandangan

orang lain terhadap penggunaan aplikasi Pospay dengan nilai persentase berkisar 21% - 95%.

Berdasarkan hipotesis yang diuji terhadap setiap indikator variabel menghasilkan nilai korelasi yang signifikan ($p < 0,05$).

V. SARAN

Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel atau indikator lain pada TAM 2 untuk mengetahui apakah ada perbedaan hasil dari penelitian ini agar penelitian ini lebih sempurna dan juga dapat menggunakan teori model penerimaan sistem informasi atau teknologi lain selain TAM 2 agar didapat perbandingan hasil penelitian.

REFERENSI

- [1] M. Betriana, “Analisis Kontribusi Program Pospay Terhadap Pendapatan Pada Kantor Pos Prabumulih 31100,” *COSTING Journal Econ. Bus. Account.*, vol. 5, no. 1, pp. 468–469, 2021, [Online]. Available: <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/2957>
- [2] F. R. Hardjito, “ANALISIS PENERIMAAN APLIKASI WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 2 (TAM 2) PADA RAJA DUREN,” vol. 2, no. Tam 2, pp. 1–14, 2017.
- [3] P. Kusumo, K. Putro, and H. Poerbo, “Analisis penerimaan penerapan teknologi pembayaran digital di sebuah universitas dengan metode technology acceptance model 2 (tam 2),” *KURAWAL J. Teknol. Inf. dan Ind.*, vol. 3, no. 2, pp. 104–112, 2020.
- [4] M. R. Mardiyanto, T. A. Karnawati, and A. R. Alamsyah, “Analisis Penerimaan Penerapan Sistem Zoom Cloud Meetings Sebagai E-Meeting Pada Pengguna Jasa Pelatihan Business Wisdom Institute (Bwi) Menggunakan Technology Acceptance Model 2 (Tam 2),” *J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 57–70, 2021, doi: 10.32815/jubis.v2i1.448.
- [5] I. Mahendra and N. Septiany, “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus : Mahasiswa Stmik Nusa Mandiri Jakarta),” *J. Ilmu Pengetah.*, vol. 4, no. 1, pp. 9–16, 2018, [Online]. Available: <http://www.nusamandiri.ac.id>
- [6] K. Ardianto and N. Azizah, “Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya,” *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, p. 13, 2021, doi: 10.33370/jpw.v23i1.511.
- [7] A. D. P. Budiastuti and D. Muid, “Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam),” *Diponegoro J. Account.*, vol. 9, no. 4, pp. 1–10, 2020.

- [8] A. P. & A. Sumantika, "Analisis Technology Acceptance Model Pada Pengguna Dompok Digital Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *J. Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 137–146, 2020, doi: 10.26460/jm.v10i2.1702.
- [9] A. J. M, S. Syahidin, and E. Erma, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi Di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues," *Gajah Putih J. Econ. Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 76–88, 2021, doi: 10.55542/gpjer.v3i2.187.
- [10] V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, and P. B. A. A. Putra, "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online," *J. Sains dan Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 128–137, 2019, doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.
- [11] R. A. Setyawan and W. F. Atapukan, "Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert," *Compiler*, vol. 7, no. 1, pp. 54–61, 2018, doi: 10.28989/compiler.v7i1.254.
- [12] Y. Darussalam, K. Bengkulu, and S. Hendrian, "Pelatihan Teknik Pengoperasian Dan Pemanfaatan Microsoft Excel Sebagai Persiapan Penilaian Raport Siswa," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 01, no. 03, pp. 72–76, 2021, [Online]. Available: <https://siducat.org/index.php/kenduri>