

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan aplikasi sudah menjadi kebiasaan yang ditemui pada masyarakat era abad ke-21. Aplikasi mobile merupakan aplikasi perangkat lunak yang terdiri dari sekumpulan program yang bergerak pada mobile device dan melakukan tugas tertentu untuk pengguna (Islam & Mazumder, 2010). Di zaman dengan perkembangan teknologi yang pesat ini, aplikasi sudah menjadi salah satu alat primer yang digunakan dalam keseharian secara personal seperti kegiatan dengan keluarga, maupun profesional seperti kegiatan bekerja (Siuhi & Mwakalonge, 2016). Siuhi dan Mwakalonge (2016) menyebutkan bahwa aplikasi - aplikasi ini memiliki peran penting dalam memfasilitasi berbagai aktivitas fundamental masyarakat seperti komunikasi, edukasi, hiburan, medis, perbankan, travel, utilitas, dan sosial. Termasuk juga di dalamnya penerapan aplikasi dalam sektor transportasi.

Siuhi dan Mwakalonge (2016) menambahkan bahwa kriteria aplikasi transportasi yang telah berkembang di dalamnya telah menyediakan informasi mengenai waktu kedatangan secara realtime, lokasi - lokasi pemberhentian, keterlambatan kendaraan secara realtime, serta informasi fasilitas yang ada pada stasiun. Hal ini dikarenakan aplikasi memanfaatkan GPS yang dilengkapi pada perangkat seluler sehingga dapat diketahui titik lokasi keberadaan pengguna.

Salah satu sarana transportasi umum pilihan masyarakat Jakarta yang dilengkapi dengan aplikasi adalah *Mass Rapid Transit* atau dikenal juga dengan MRT. MRT merupakan transportasi darat pilihan masyarakat Jakarta yang berupa kereta, dimana MRT menawarkan kecepatan dan kemudahan dalam mobilitasnya, serta dapat menampung penumpang yang cukup banyak. Hal ini terlihat dari jumlah penumpang MRT yaitu 19.990.950 orang terhitung sampai tahun 2019 dengan rata-rata 83.516 orang perharinya (Tambun, 2019). Kemudian di tahun 2020 jumlah rata – rata penumpang MRT mencapai 11.351

orang perharinya, dimana jumlah total penumpang selama setahun berjumlah 9.570.059 orang (Haryanti, 2020).

Sebagai sarana transportasi baru di Jakarta, MRT didesain untuk menjadi transportasi yang dapat diandalkan dan memiliki sistem yang berkualitas (Ayuverda & Permana, 2020). Sehingga PT MRT perlu membangun aplikasi yang menunjang operasional transportasi MRT dan menjadi wadah informasi bagi para penggunanya. Aplikasi MRT Jakarta sebagai salah satu solusi dan strategi untuk menjawab kebutuhan para penggunanya bisa diunduh di Playstore maupun Apple Store. Aplikasi ini memiliki sistem informasi yang didalamnya terdapat berbagai fitur seperti jadwal kereta, jalur kereta dan jalur integrasi dengan transportasi umum, (Siuhi dan Mwakalonge, 2016).

Selain itu, didalam aplikasi MRT Jakarta terdapat pula informasi mengenai destinasi wisata seperti restoran, hotel, rumah sakit yang letaknya berada di sekitar stasiun. Stasiun MRT juga menyediakan berbagai macam vendor ataupun kios yang mana informasinya juga terdapat di dalam aplikasi MRT Jakarta. Selain informasi mengenai wisata dan jalur kereta, PT MRT Jakarta juga telah meluncurkan e-pustaka atau perpustakaan digital yang terletak di stasiun MRT ASEAN yang terintegrasi dengan Aplikasi MRT Jakarta untuk mengaksesnya. Selain itu fungsi lain dari aplikasi MRT Jakarta yaitu sebagai wadah pembelian tiket secara mandiri dan daring. Pengguna dapat membeli tiket secara daring via aplikasi MRT Jakarta yang berbentuk *barcode*, dimana pembayarannya bisa melalui e-money maupun e-wallet.

Meskipun aplikasi MRT ini memiliki keunggulan dalam menyediakan informasi serta kemudahan pembelian tiket kepada pengguna, di sisi lain aplikasi MRT memiliki beberapa hal yang masih perlu dikembangkan. Salah satu hal yang perlu dikembangkan yakni pengembangan teknologi dan sistem manajemen informasinya untuk penyediaan layanan yang berkualitas sehingga memenuhi kebutuhan pengguna. Seperti ketersediaan informasi rute, informasi sarana transportasi terusan, dan informasi waktu tempuh kereta (Hakim & Kartikoseno, 2018). Informasi – informasi tersebut ditampilkan dalam aplikasi MRT Jakarta melalui UX/UI atau *user experience / user interface*. *Interface* menjadi bagian dalam aplikasi MRT Jakarta yang digunakan oleh pengguna.

Dari user interface yang ditampilkan tersebut, beberapa pengguna mendapatkan pengalaman (*experience*) interaksi yang kurang memuaskan dari aplikasi MRT Jakarta. Kepuasan Pengalaman penggunaan aplikasi MRT Jakarta dari pengguna akan dapat menentukan sukses atau tidaknya aplikasi MRT Jakarta ini (Norman, 2013). Salah satu pengalaman yang biasanya didapatkan oleh pengguna yaitu bentuk grafis *Interface* yang ada dalam aplikasi MRT Jakarta. Grafis interface yang ditampilkan terdiri dari *widget*, *menu*, dan *form* akan menampilkan isian form dan menu – menu lainnya ketika diberikan input kata kunci dari pengguna (Roth, 2017). Di sisi lain, bentuk visual *interface* mengarah kepada bagaimana tampilan visual dan *feeling* yang diberikan Aplikasi MRT Jakarta sehingga menentukan kesan pengalaman penggunaan aplikasi serta mendorong *mood* yang pada akhirnya menghasilkan respon emosional berupa kepuasan atau tidak saat menggunakan aplikasi MRT Jakarta (Roth, 2017).

Hal lain yang perlu dikembangkan juga yaitu diseminasi keberadaan aplikasi MRT Jakarta melalui media sosial PT MRT (Chasanah & Wijaya, 2020). Penggunaan media sosial dan teknologi *mobile* menjadi media bagi diseminasi informasi di abad ke-21, sehingga informasi dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh pengguna (Shonhe & Jain, 2017). Diseminasi informasi mengenai MRT secara keseluruhan telah dilakukan oleh PT MRT secara aktif yakni dengan membuat laman di Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube (Chasanah & Wijaya, 2020). Namun informasi mengenai aplikasi MRT Jakarta masih jarang ditampilkan pada media – media tersebut. Hal ini tentunya menyebabkan pemaparan Aplikasi MRT Jakarta kurang didapatkan oleh pengguna.

Maulidiyanti dan Suciati, (2020) juga menyebutkan bahwa informasi yang disediakan oleh aplikasi MRT Jakarta kurang memiliki fungsi dan arti yang signifikan, atau bahkan kurang dianggap penting informasinya bagi pengguna. Informasi yang ditampilkan oleh Aplikasi MRT Jakarta pada tahun 2019 – 2020 hanya berupa informasi pembelian tiket, jadwal kereta, dan jalur kereta. Menu yang ada pada sistem informasi pun banyak yang kurang tepat. Sedangkan aplikasi yang telah ter-update atau versi 2021, informasi yang ditampilkan oleh

aplikasi MRT Jakarta lebih banyak menampilkan tentang hal – hal yang kurang berhubungan dengan informasi MRT. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Selain itu juga, Aplikasi MRT Jakarta versi tahun 2021 menyediakan informasi yang sifatnya tidak relevan (A & G, 2004). Hal ini ditunjukkan dengan terintegrasinya aplikasi lain seperti maingame, jejak.in dan pasar polis. Ketiga aplikasi ini tidak memberikan informasi yang berhubungan dengan MRT Jakarta.

Kurangnya evaluasi layanan informasi pada aplikasi MRT Jakarta mendorong adanya pertanyaan yang perlu digali lebih mendalam, yakni tentang pengadopsian atau penggunaan, kesesuaian informasi yang dicari, serta penggunaan yang berkelanjutan oleh pengguna terhadap aplikasi MRT Jakarta. Oleh karena itu, penerimaan penggunaan aplikasi MRT Jakarta oleh pengguna perlu dianalisis lebih detil dan rinci untuk mendapatkan informasi mengenai sistem aplikasi MRT Jakarta dalam pengembangan aplikasi yang berkelanjutan.

Metode analisis yang digunakan dalam penerimaan aplikasi MRT Jakarta cukup beragam, salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni *Mobile Application Adoption and Continuous Use Model* yang dikembangkan oleh Malik di tahun 2017. Di dalam model ini, terdapat delapan faktor yang mempengaruhi pengadopsian suatu aplikasi yang berakhir pada penggunaan aplikasi secara berkelanjutan, yakni kspektasi Perfoma, Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial, Kesenangan, Insentif, Kondisi yang memfasilitasi, Estetika, dan kepercayaan. Penggunaan model ini diperuntukkan sebagai penilaian pengadopsian aplikasi MRT Jakarta yang diukur dari analisa keberlanjutan penggunaan aplikasi berdasarkan delapan faktor tersebut yang kemudian menghasilkan kepuasan dan kebiasaan penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

Penelitian yang serupa telah dilakukan oleh Al-Adwan & Sammour, (2021) yang berjudul *What Makes Consumers Purchase Mobile Apps: Evidence from Jordan*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang menentukan pembelian dan penggunaan suatu aplikasi oleh masyarakat Jordan yakni harga aplikasi, performa aplikasi, kesenangan yang diberikan aplikasi, uji coba aplikasi, *electronic word-of-mouth* (eWOM) aplikasi, keandalan teknis

aplikasi, dan kegunaan aplikasi. Al-Adwan & Sammour, (2021) menambahkan bahwa niat awal pembelian dan penggunaan aplikasi berbeda dengan kenyataannya saat pengguna membeli dan menggunakan aplikasi. Kemudian, hasil penelitian ini juga terbatas pada masyarakat Jordan saja, sehingga perlu dilakukan penelitian di berbagai negara agar dapat mengidentifikasi faktor – faktor lainnya dalam pengadopsian aplikasi.

Maka dari itu beranjak dari permasalahan yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana pengaplikasian *Model Mobile Application Adoption and Continuous Use* untuk mengetahui pengadopsian aplikasi MRT Jakarta bagi penggunanya serta berkaitan dengan penggunaan berkelanjutan aplikasi MRT Jakarta. Topik ini terbilang menarik untuk dibahas karena studi mengenai penilaian pada aplikasi MRT Jakarta masih minim dilakukan. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan serta keberhasilan aplikasi MRT Jakarta dilihat dari sisi penggunaan aplikasi MRT Jakarta secara berkelanjutan

Didalam penelitian Siuhi dan Mwakalonge (2016) melaporkan bahwa sebagian besar aplikasi *mobile* belum secara penuh dievaluasi keakuratan data yang dimilikinya. Sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi keakuratan aplikasi *mobile* agar membantu pengembang aplikasi untuk menyesuaikannya dengan algoritma yang dibuat. Selain itu peneliti juga tertarik untuk membahas aplikasi MRT dikarenakan pada penelitian sebelumnya Maulidiyanti & Suciati, (2020) membuktikan bahwa media informasi MRT kurang informatif. Maka analisa terhadap Aplikasi MRT Jakarta dilakukan agar aplikasi MRT dapat mengetahui evaluasi apa yang diperlukan untuk memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini diperuntukkan juga untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi MRT Jakarta yang berkerlanjutan didukung oleh terbentuknya kepuasan dan kebiasaan (Malik et al., 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penggambaran fenomena pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan yang dijabarkan dalam rumusan masalah berikut ini.

1. Bagaimana penerimaan aplikasi MRT Jakarta dilihat dari faktor – faktor yang ada dalam Model Mobile Application Adoption and Continuous Use?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka berikut ini tujuan yang diharapkan dari penelitian.

1. Mengetahui penerimaan aplikasi MRT Jakarta dilihat dari faktor – faktor yang ada dalam Model Mobile Application Adoption and Continuous Use.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Harapannya penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan analisis faktor – faktor yang melatarbelakangi pengadopsian suatu aplikasi.
2. Harapannya penelitian ini dapat menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan dan kajian ilmiah dalam bidang ilmu informasi dan perpustakaan khususnya dalam analisis penerimaan pengguna aplikasi menggunakan *Model for Mobile app adoption and continuous use*.
3. Harapannya penelitian ini dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang pengadopsian aplikasi oleh pengguna.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Harapannya penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi bagi PT MRT Jakarta dalam strategi untuk meningkatkan performa sistem informasi MRT Jakarta.
2. Harapannya penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam mencermati penerimaan dan pengadopsian pengguna terhadap aplikasi sebagai pertimbangan dalam pembuatan sebuah teknologi.

1.5 Tinjauan Pustaka

Model Mobile app adoption and continuous use yang dicetuskan oleh Malik et al., (2017) Merupakan suatu ekstensi dari berbagai model penerimaan teknologi yang telah dibuat sebelumnya, seperti TRA, TAM, TPB, dan UTAUT. Model - model yang telah ada ini lebih terfokus pada bagaimana perilaku pengguna sebelum mengadopsi suatu teknologi. Sedangkan Malik et al., (2017) dalam teorinya mengembangkan analisis penerimaan teknologi

berdasarkan perilaku setelah mengadopsi suatu teknologi. Hal ini dilakukan guna mengetahui apa yang menyebabkan pengguna memanfaatkan teknologi, khususnya aplikasi *mobile* secara berkelanjutan. *Mobile app adoption and continuous use Model* didasari juga oleh teori konfirmasi ekspektasi yang terbukti diterima oleh berbagai peneliti. untuk memahami kepuasan pengguna dan juga penggunaan sistem informasi secara berkelanjutan.

Dalam teori konfirmasi Ekspektasi, Pengguna membentuk suatu ekspektasi setelah suatu aplikasi diunduh dan digunakan. Persepsi terhadap performa aplikasi juga terbentuk setelah konsumsi atau penggunaan terhadap aplikasi pertama kali. Tingkat kepuasan pengguna dideterminasi oleh seberapa banyak ekspektasi bertemu dengan performa yang dipersepsikan. Pengguna yang puas kemungkinan akan terus melanjutkan penggunaan aplikasi sedangkan pengguna yang tidak puas akan menghentikan penggunaan selanjutnya. Maka dari itu, kepuasan menjadi prediktor terpenting dalam intensi penggunaan maupun pembelian kembali (Limayem, M., Hirt & Cheung, 2007).

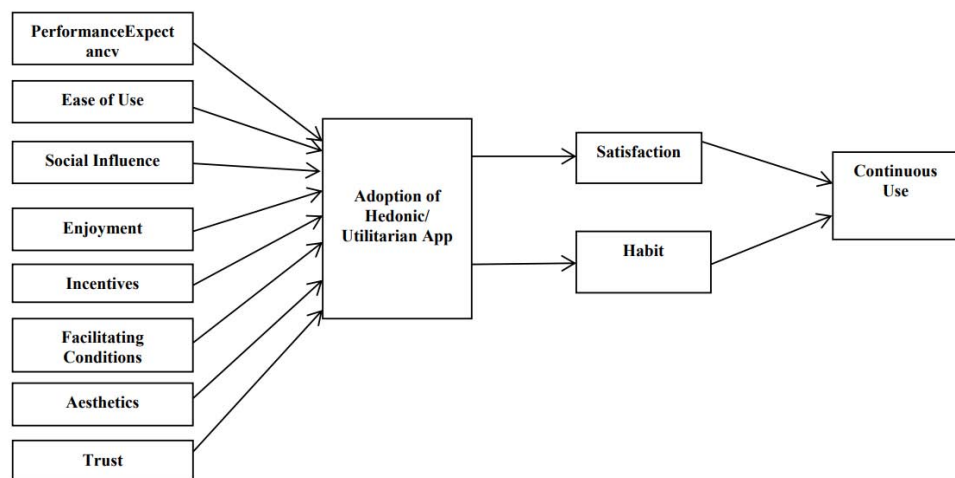


Fig 1: Model for mobile app adoption and continuous use

1.5.1 Adopsi Penggunaan Aplikasi Utilitarian MRT Jakarta

Aplikasi Utilitarian yakni aplikasi yang digunakan pengguna untuk menemukan informasi, sebagai contohnya aplikasi perbankan, mobile payments, koran, dst. Dalam konteks penelitian ini, Aplikasi MRT Jakarta termasuk kedalam golongan aplikasi Utilitarian dikarenakan fungsinya yakni memberikan informasi kepada pengguna mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan transportasi Kereta MRT Jakarta. Sedangkan aplikasi

hedonis digunakan oleh para pengguna untuk terlibat dalam aktivitas seperti *social networking* atau menjalin hubungan sosial, dan juga *entertainment* atau hiburan seperti Netflix, Facebook, WhatsApp, Disney+ dst.

Para peneliti (Kim & Yoon, 2011; Tang, 2016) menyebutkan bahwa dalam penelitiannya, faktor seperti *user interface* atau *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan juga daya tarik dari estetika lebih berpengaruh dalam pengadopsian aplikasi utilitarian. Sementara itu, dalam kasus aplikasi hedonis, emosi, pencapaian, kesenangan, dan norma sosial memiliki peran penting dalam penggunaannya. Adanya perbedaan ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pengadopsian akan variatif tergantung pada jenis atau tipe aplikasi tersebut. Faktor-faktor yang melatarbelakangi pengadopsian penggunaan aplikasi Utilitarian MRT Jakarta yakni sebagai berikut :

1. Ekspektasi Performa

Ekspektasi performa dijelaskan oleh (Venkatesh, 2012) yakni bagaimana sebuah sistem dapat meningkatkan produktivitas pengguna ataupun membantu mencapai keuntungan pada performa pekerjaan si pengguna tersebut. Pada penelitian Malik et al., (2017) disebutkan bahwa hasilnya menunjukkan ketertarikan pengguna terhadap aplikasi yang hasilnya dapat meningkatkan produktivitas mereka dalam hal mendapatkan pengetahuan yang lebih baik terhadap konten dan membuat pengguna lebih berpengetahuan dibanding yang lain, yakni kelompok yang tidak menggunakan aplikasi (Kim & Yoon, 2011).

Dalam konteks aplikasi MRT Jakarta, terdapat ekspektasi dari para penggunanya bahwa aplikasi MRT Jakarta dapat memberikan informasi lebih mengenai berbagai hal berhubungan dengan Kereta MRT Jakarta dibandingkan dengan media lain (papan pengumuman, dst). Informasi-informasi tersebut diharapkan pengguna dapat membantu produktivitas pengguna dalam hal penggunaan Kereta MRT Jakarta, yakni seperti pembelian tiket secara daring, waktu kedatangan, dan wisata di sekitar Stasiun MRT Jakarta.

Para peneliti (Arenas-Gaitani et al., 2015; Chan et al., 2010) mengkonfirmasi bahwa ekspektasi performa memiliki dampak langsung

terhadap kepuasan pengguna yang menggunakan teknologi sehingga mengarah ke penggunaan aplikasi secara kontinu. Jika aplikasi MRT Jakarta dapat mencapai ekspektasi yang diharapkan oleh pengguna, maka para pengguna akan menggunakan aplikasi tersebut secara terus menerus.

2. Kemudahan Penggunaan

Ease of use atau kemudahan pengguna diartikan oleh Venkatesh sebagai tingkatan kemudahan yang diasosiasikan oleh penggunaan sebuah sistem. Penggunaan teknologi apapun dapat dipersepsikan sebagai berguna jika pengguna dapat menggunakannya dengan mudah atau fungsi yang ada dalam teknologi tidak memerlukan usaha yang berat (Ghalandari, 2012). Pada penelitian Malik et al., (2017), hasilnya menunjukkan bahwa warga senior menjadikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi sebagai faktor penting dalam aplikasi dan juga mengkonfirmasi bahwa aplikasi user-friendly lebih mungkin diadaptasi oleh pengguna.

Kemudahan pengguna dalam aplikasi MRT Jakarta berarti berkaitan dengan bagaimana aplikasi tersebut dapat dioperasikan secara effortless dan tidak memerlukan waktu yang banyak untuk mempelajari penggunaannya. Faktor kemudahan dalam aplikasi akan menghasilkan emosi positif dari pengadopsian aplikasi yang mana akan berujung pada kepuasan. Saat penggunaan aplikasi mobile dirasa tidak membingungkan dan mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung lebih sering menggunakannya (Tang, 2016).

3. Pengaruh Sosial

Penerimaan konsep apa pun di masyarakat sebagian besar dipengaruhi oleh pandangan dan ulasan orang-orang yang penting bagi konsumen dan akibatnya mempengaruhi keputusan konsumen mengenai adopsi sebuah aplikasi (Eckhardt et al., 2009). Para pengguna yang merupakan bagian dari sebuah jaringan sosial yang berpengaruh, akan lebih cenderung menjadi pengguna setia dari aplikasi - aplikasi mobile (Kim & Yoon, 2011). Pengaruh sosial merupakan faktor krusial dalam studi marketing dan juga perilaku konsumen. Keputusan konsumen ini

sangat dipengaruhi dan dibentuk oleh ulasan dan unggahan dari rekan, kerabat, teman, dan pengguna lain (Yadav et al., 2015).

Ulasan dari para pengguna aplikasi MRT Jakarta dapat diakses dan dilihat dengan bebas pada platform Playstore. Ulasan dapat berbentuk komentar maupun penilaian dengan bintang yang berkisar dari satu hingga lima bintang, satu sebagai bentuk ulasan paling buruk dan lima sebagai bentuk ulasan paling baik. Ulasan - ulasan ini akan muncul saat pengguna akan mengunduh aplikasi MRT Jakarta melalui Playstore yang mana secara tidak langsung akan mempengaruhi persepsi pengguna saat akan mengadopsi ataupun menggunakan aplikasi MRT Jakarta.

4. Kesenangan

Kesenangan merefleksikan bagian yang ‘seru’ dari teknologi apapun yang dipersepsikan oleh pengguna saat ia cenderung menggunakan teknologi tersebut. Saat pengguna nyaman menggunakan sebuah teknologi, maka hal tersebut akan meningkatkan kemungkinan untuk merasa lebih puas dan bahkan dapat menyebabkan sebuah habit dalam penggunaan teknologi tersebut (Chou & Lee, 2013). Venkatesh, (2012) mendalilkan kesenangan sebagai determinan penting dalam keputusan pengguna dalam mengadopsi sebuah teknologi, utamanya dalam konteks aplikasi hedonis (Kim & Yoon, 2011).

Namun, kesenangan lebih menonjol di tahap awal pengadopsian sebuah produk, saat produk mapan maka kegunaan akan mengambil alih bagian yang menyenangkan sehingga kesenangan menjadi kurang signifikan (Chtourou & Souiden, 2010). Kesenangan pada penggunaan aplikasi MRT Jakarta ditunjukkan dari bagaimana pengalaman yang diberikan aplikasi saat pengguna menggunakan aplikasi tersebut.

5. Insentif

Insentif dapat dipahami sebagai penawaran promosi, kupon diskon, atau istilah keuntungan finansial lainnya yang pengguna ekspektasi untuk didapatkan. Hal ini menjadi faktor penting dikarenakan pada penelitian Malik et al (2017) yang dilakukan pada masyarakat India, menunjukkan bahwa Masyarakat India sensitif terhadap harga, maka insentif dapat

meningkatkan pengadopsian sebuah aplikasi. Mereka menyebutkan bahwa diskon yang ditawarkan pada aplikasi berbelanja, memotivasi mereka untuk mengunduh aplikasi - aplikasi tersebut.

Sama halnya dengan masyarakat India, masyarakat Indonesia juga memiliki kegemaran tersendiri terhadap barang atau layanan yang bisa memberikan diskon dan Cashback. Survey pada tahun 2021 (jppn.com, 2021) yang dilakukan oleh ShopeePay bersama dengan Jakpat Mobile Survey menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menyukai uang digital sebagai metode pembayaran untuk berbelanja, hal ini dikarenakan pengguna menanti adanya program potongan harga (87%) dan cashback (67%) yang diadakan oleh beberapa platform berbelanja. Maka, insentif berupa diskon menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan Aplikasi MRT Jakarta. Pengguna akan lebih tertarik untuk menggunakan Aplikasi MRT Jakarta, apabila terdapat insentif diskon yang diadakan oleh Aplikasi dengan pembayaran metode uang digital.

6. Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi dimaknai sebagai pengguna memiliki seluruh sumber dan pengetahuan yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan teknologi (Alwahaishi & Snase, 2013). Aplikasi mobile merupakan suatu hal yang sangat diasosiasikan dengan internet, maka sebuah smartphone yang didukung oleh konektivitas internet sebanyak 24/7 menjadi hal yang esensial dalam penggunaan sebuah aplikasi mobile. Dikarenakan sifat smartphone yang ada dimana - mana telah memudahkan banyak hidup orang untuk mencari toko, buku, dst dimanapun kapanpun dengan syarat adanya gawai yang terkoneksi dengan internet. Pada penelitian Malik et al (2017), hal ini juga muncul sebagai faktor penting. Di India koneksi internet menjadi kekhawatiran besar, maka para responden mempertimbangkan telepon genggam 4G, paket data internet, dan kecepatan internet sebagai prasyarat penggunaan aplikasi. Penelitian akademis oleh Arenas-Gaitani et al., (2015) juga menganggapnya sebagai faktor penting untuk adopsi aplikasi dan penggunaan berkelanjutan dengan beberapa yang meniadakan perannya dalam adopsi teknologi.

Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta tentunya juga memerlukan data atau wifi yang mendukung koneksi internet. Maka hanya pengguna yang memiliki koneksi internet saja yang bisa mengakses aplikasi MRT Jakarta, hal ini akan mempengaruhi apakah pengguna akan mengadopsi dan menggunakan aplikasi MRT atau tidak. Selain itu, kondisi lainnya juga bisa berupa kecukupan memori pada Smartphone untuk mengunduh aplikasi MRT Jakarta. Apabila MRT Jakarta memiliki ukuran aplikasi yang cukup besar, maka akan memerlukan ruang yang cukup besar pula pada Smartphone.

7. Estetika

Estetika merupakan anteseden yang telah dipelajari di sebagian besar literatur SI/TI dan membutuhkan lebih banyak perhatian dan studi untuk mempelajarinya. Estetika adalah fitur dari teknologi apa pun yang terkait dengan desain, animasi, atau elemen visual dan menangkap pikiran konsumen dalam sekali jalan dan lebih terkait dengan aspek utilitarian dari aplikasi mobile (Tang, 2016). Estetika dan grafis yang baik pada aplikasi mobile dapat menarik perhatian pengguna yang mana akan berakhir dengan penggunaan lebih pada aplikasi mobile, terutama pada konteks aplikasi utilitarian (Tingson, 2015).

Estetika pada Aplikasi MRT Jakarta ditunjukkan dari bagaimana keindahan desain visual aplikasi yang terlihat dari pemilihan warna dan bentuk aplikasi. Kemudian terlihat juga dari bagaimana desain ini masih berfungsi dan juga tidak mengganggu pengguna saat mengoperasikan aplikasi MRT Jakarta.

8. Kepercayaan

Pengadopsian dan penggunaan suatu aplikasi memiliki risiko bawaan terhadap pengguna, seperti risiko malware dan pencurian data. Risiko merupakan hal yang diekspektasikan secara subjektif oleh pengguna dalam rangka mendapatkan hasil yang diinginkan (Warkentin, 2002). Studi - studi (Aghekyan-Simonian, 2012; Chang & Wu, 2012) menunjukkan bahwa konsumen mempersepsikan risiko secara negatif dan mempengaruhi keputusan untuk melakukan sebuah transaksi online.

Malik et al., (2017) menyebutkan bahwa premis ini akan berlaku dalam konteks mengunduh aplikasi seluler. Kurangnya kepercayaan atau adanya kecemasan tentang risiko dapat menunda konsumen dari pengadopsian dan penggunaan aplikasi. Serta dengan adanya kepercayaan, dapat dikatakan bahwa risiko yang dirasakan konsumen akan berkurang, sehingga meningkatkan niat untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi seluler.

Dalam konteks ini Aplikasi MRT Jakarta perlu memastikan bahwasanya dalam proses pengunduhan aplikasi ini, tidak terjadi unduhan aplikasi bawaan lainnya yang bisa menyebabkan munculnya virus atau malware. Kemudian, saat sebelum melakukan *login* ke dalam aplikasi MRT Jakarta, disediakan juga informasi mengenai terms and conditions atau syarat dan ketentuan yang dapat dipahami pengguna.

1.5.2 Kepuasan dalam Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta

Kepuasan pengguna merupakan tanggapan yang dirasakan setelah mengadopsi sebuah sistem ataupun teknologi informasi. Kepuasan menjadi hal yang dirasakan konsumen ketika dia menggunakan SI/TI dan terus menggunakannya di masa depan. Kepuasan mengarah pada loyalitas dan membuat konsumen untuk terus menggunakan sebuah sistem (Aghekyan-Simonian, 2012; Altamira, 2016). Konsep dari kepuasan pengguna ditemukan sebagai determinan mayor dalam penggunaan kontinu beberapa mobile aplikasi dan teknologi *mobile* (Hsiao et al., 2016; Ofori, 2016).

Dalam konteks penggunaan Aplikasi MRT Jakarta, kepuasan dirasakan saat pengguna merasakan adanya kebermanfaatan dan kemudahan yang muncul dari pengoperasian aplikasi MRT Jakarta.

1.5.3 Habit dalam Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta

Habit atau kebiasaan dipahami sebagai kebiasaan dimana seseorang cenderung melakukan suatu perilaku secara otomatis dikarenakan pembelajaran di masa lalu. Habit merefleksikan tendensi perilaku kompulsif yang berkembang di masa lalu individu (Ahuja & Khazanchi, 2016).

Kebiasaan ditemukan sebagai salah satu faktor yang menonjol dari penggunaan sistem TI secara kontinu, karena pada tahap selanjutnya penggunaan teknologi menjadi lebih tidak disengaja di mana konsumen menggunakan teknologi yang sama awalnya dengan niat ingin tahu kemudian penggunaannya menjadi sebuah kebiasaan (De Guinea & Markus, 2009).

Jasperson et al., (2005) telah menyebutkan dalam penelitian mereka bahwa kebiasaan memainkan peran yang berbeda pada fase yang berbeda pula dalam adopsi Teknologi Informasi. Hal ini dikarenakan pengguna lebih terlibat selama penggunaan awal yang mengarah pada perilaku pasca adopsi. Jasperson et al., (2005) juga menegaskan bahwa seiring waktu, pengulangan menyebabkan kebiasaan. Kebiasaan dalam menggunakan Aplikasi MRT Jakarta tumbuh saat pengguna merasakan kepuasan dari adanya penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

1.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.6.1 Definisi Konseptual

1.6.1.1 Adopsi Penggunaan Aplikasi

a. Ekspektasi Performa

Performa aplikasi MRT Jakarta yang diharapkan pengguna akan tercapai oleh aplikasi tersebut yang mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

b. Kemudahan Pengguna

Kemudahan yang dirasakan pengguna MRT Jakarta saat mengoperasikan Aplikasi MRT Jakarta yang mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

c. Pengaruh Sosial

Pengaruh yang diberikan oleh orang lain dalam menentukan keputusan pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

d. Kesenangan

Rasa seru atau senang yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi MRT Jakarta sehingga mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta

e. Insentif

Potongan harga atau discount yang disediakan oleh Aplikasi MRT Jakarta saat menggunakan aplikasi tersebut sehingga mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta

f. Kondisi yang memfasilitasi

Keadaan fasilitas yang menunjang penggunaan Aplikasi MRT Jakarta seperti Koneksi Internet, Data, dan daya simpan smartphone sehingga mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

g. Estetika

Keindahan visual desain yang ditampilkan aplikasi MRT Jakarta sehingga mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

h. Kepercayaan

Rasa percaya pengguna terhadap aplikasi MRT Jakarta sehingga mempengaruhi pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

1.6.1.2 Kepuasan

Rasa puas yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan aplikasi MRT Jakarta sehingga mempengaruhi penggunaan Aplikasi MRT Jakarta secara kontinu.

1.6.1.3 Habit

Kebiasaan atau habit menggunakan aplikasi MRT Jakarta sehingga mempengaruhi penggunaan aplikasi MRT Jakarta.

1.6.2 Definisi Operasional

Berikut ini pengukuran yang dapat dilakukan peneliti dalam melihat tingkat pengadopsian penggunaan aplikasi MRT Jakarta terhadap pengguna.

1.6.2.1 Adopsi Penggunaan Aplikasi

b. Ekspektasi Performa

- Aplikasi membantu produktivitas Pengguna
- tingkat efektivitas aplikasi

c. Kemudahan Penggunaan

- Tingkat Upaya dalam penggunaan aplikasi
- Aplikasi Tidak Membingungkan Pengguna

- Tingkat Kemudahan pengendalian aplikasi

d. Pengaruh Sosial

- Intensitas Pengaruh orang terdekat
- intensitas Rating aplikasi MRT Jakarta
- Reputasi Positif Aplikasi MRT Jakarta
- Rekomendasi Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta
- Ulasan (Review) positif aplikasi

e. Kesenangan

- Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta Menghibur
- Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta Menyenangkan
- Interaksi dengan aplikasi MRT Jakarta Menyenangkan

f. Insentif

- Penawaran/Keuntungan yang diberikan oleh Aplikasi
- Tingkat ketertarikan pengguna terhadap penawaran yang diberikan

g. Kondisi yang memfasilitasi

- Intensitas Koneksi Internet
- Paket Data
- Speed Transfer data internet saat menggunakan aplikasi
- Kondisi Gadget

h. Estetika

- kepuasan pengguna terhadap penataan informasi dalam *homepage* aplikasi
- Desain Aplikasi
- Animasi/Grafis Aplikasi
- Ketertarikan Pengguna terhadap Tampilan Aplikasi

i. Kepercayaan

- keamanan data yang diberikan
- resiko yang ditimbulkan dalam menggunakan aplikasi

1.6.2.2 Kepuasan

- Tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi
- Kepuasan terhadap informasi dalam aplikasi

1.6.2.3 Habit

- Frekuensi penggunaan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari
- Penggunaan Aplikasi MRT Jakarta menjadi kebiasaan

1.7 Metode dan Prosedur Penelitian

1.7.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian dengan metode kuantitatif deskriptif berfokus pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian lalu menganalisisnya menggunakan rumus statistic, serta memberikan gambaran mengenai satu variabel tertentu atau beberapa variabel tanpa melakukan perbandingan antar variabel dan tanpa melakukan korelasi variabel (Sugiyono, 2012). Desain penelitian kuantitatif deskriptif berusaha untuk menggambarkan situasi tertentu melalui data-data numerik yang diperoleh dari lapangan yang mana digunakan untuk menemukan peran dalam konteks penelitian, yang mana berkaitan dengan intensitas, jumlah penggunaan, nilai rata-rata, median dan modus (Roni et al., 2020).

Pendekatan ini dipilih untuk melakukan pengukuran secara detail dan cermat dalam bentuk deskriptif mengenai fenomena penerimaan sistem informasi MRT Jakarta oleh pengguna berdasarkan model Mobile Application Adoption and Continuous Use Pendekatan deskriptif diawali dengan kegiatan perhimpunan fakta-fakta yang ada di lapangan tanpa melakukan pengujian teori. Penelitian ini dilakukan untuk media evaluasi dan digunakan untuk mengetahui kesuksesan aplikasi MRT Jakarta dalam memberikan informasi bagi pengguna.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta Penelitian ini dilakukan di Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat yang mana semuanya masuk ke dalam Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Adapun beberapa alasan dipilihnya lokasi penelitian tersebut, yaitu:

1. Pemilihan lokasi ini dikarenakan MRT membentang dari daerah Jakarta Pusat hingga Jakarta Selatan

2. Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan merupakan daerah Business District dari DKI Jakarta.

Pemilihan Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan sesuai dengan moda transportasi MRT yang saat ini beroperasi yaitu di fase 1 yang mana berawal dari Jakarta Pusat di Stasiun Bundaran HI dan berakhir di Jakarta Selatan yakni Stasiun Lebak Bulus Grab (jakartamrt, 2021). Kemudian selain itu, daerah yang dilewati oleh jalur MRT fase 1 merupakan daerah Segitiga Emas Jakarta yang menjadi pusat bisnis DKI Jakarta. Hal ini ditunjukkan dengan dominasi luas perkantoran di Segitiga Emas Jakarta yang mana di tahun 2016 menunjukkan angka 62% dan 39 persen untuk daerah non Segitiga Emas Jakarta (Alexander, 2017).

1.7.3 Populasi Penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu dengan ciri tertentu yang mana sesuai dengan kualifikasi yang sudah ditentukan. Anshori dan Iswati (2009) menjelaskan bahwa populasi bisa berupa kelompok maupun organisasi, ataupun sekelompok individu dengan karakter yang ditentukan terlebih dahulu dan dapat dipelajari serta ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan kelompok masyarakat Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Timur, dan Jakarta Utara yang menggunakan transportasi MRT. Hal ini dikarenakan walaupun sampai dengan bulan Mei 2021, jalur MRT hanya terbatas dan membentang di wilayah Jakarta Pusat dan Selatan, jalur MRT Jakarta juga terintegrasi dengan transportasi lainnya (Transjakarta, KRL, Railink) yang terletak di seluruh wilayah DKI Jakarta.

1.7.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan purposive sampling sebagai penentu responden dengan kategori yang telah ditentukan peneliti, berikut ini Kategorinya.

1. Masyarakat yang bertempat tinggal di DKI Jakarta
2. Memiliki aplikasi MRT Jakarta di telepon genggamnya
3. Pendidikan minimal SMA/ sederajat.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan yang menghasilkan data primer dan sekunder (Sugiyono, 2012). Kuesioner yang dibuat secara tertutup sebagai data primer digunakan untuk mendapatkan pengelompokan jawaban yang lebih terfokus, sehingga tidak merambat ke fokus pembahasan yang lain. Beberapa cara yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yakni :

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi meliputi suasana, responden, waktu dan juga keadaan se-faktual mungkin. Hal ini bertujuan agar peneliti lebih memahami keadaan dari fenomena dan aktivitas yang dilakukan oleh responden pada lokasi penelitian. Observasi dilakukan pada penelitian dengan melihat perilaku siswa, baik selama kelas maupun diluar kelas.

2. Wawancara

Wawancara diaplikasikan untuk menambah informasi terkait hasil kuesioner jika dirasa informasi tambahan diperlukan dari responden. Maka sifat dari wawancara ini yaitu sebagai penunjang data.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka diberlakukan dengan tujuan menemukan dan melengkapi data yang ada serta merujuk pada bahasa penelitian, teori, dan penelitian sebelumnya. Maka hasil analisa menjadi lebih kaya dan benar.

1.7.6 Teknik Pengolahan Data

Ketika pengolahan data yang dibutuhkan telah terkumpul, maka Langkah lanjutan setelah pengumpulan data yaitu pengolahan data. Pengolahan data dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses pengolahan yang ada pada penelitian ini terdiri dari tiga tahap, yakni (Sugiyono, 2012):

1. *Editing*

Editing merupakan tahapan awal dari seluruh rangkaian tahapan yang diperlukan untuk mengolah data. Seluruh kuesioner atau angket akan

dilakukan pengecekan (pemeriksaan) terkait data responden yang ada di dalam editin.

2. *Coding*

Setelah seluruh data yang terkumpul dilakukan pemberian kode dan pengeditan maka akan dilanjutkan dengan tahap selanjutnya yaitu coding. Pemberian identitas dalam bentuk kode tertentu terjadi pada tahap ini. Hal ini dilakukan guna mempermudah analisa data yang telah terkumpul. Pemberian kode dilakukan berdasarkan keputusan peneliti dan menggunakan gaya peneliti agar mudah dipahami dan dianalisis sesuai dengan kenyataan yang terjadi.

3. Tabulasi Data

Tahap terakhir pada pengolahan data diisi dengan tabulasi data. Tahapan ini disajikan dalam bentuk tabel, grafik, daftar yang digunakan guna mempermudah analisa dan evaluasi. Maka tabulasi data menjadi tahapan terakhir dalam proses pengolahan data. Proses tabulasi dibantu oleh program SPSS 23.0.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Analisa yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan deskripsi serta menjelaskan data temuan di lapangan yang berkaitan dengan teori dan konsep-konsep pada penelitian. Tabel tunggal yang digunakan berisi satu variabel yang sesuai dengan pengolahan data pada kuesioner penelitian. Pemilihan penelitian deskripsi bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat serta sesuai dengan masalah yang dibahas, yakni terkait penerimaan aplikasi MRT Jakarta menggunakan model Mobile Application Adoption and Continuous Use. Penggambaran terkait penggunaan aplikasi MRT Jakarta dilakukan dengan mendeskripsikan data yang didapat dan komponen yang berada didalamnya, seperti faktor ekspektasi performa, kemudahan pengguna, pengaruh sosial, kesenangan, insentif, kondisi yang memfasilitasi, estetika dan kepercayaan.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk menakar pendapat maupun persepsi individu ataupun sekelompok orang terhadap fenomena yang ada di masyarakat (Sugiyono, 2012). Variabel

kemudian akan ditakar dan dijabarkan, sehingga indikator tersebut dapat berperan sebagai barometer penyusunan instrumen yakni dalam bentuk pertanyaan ataupun pernyataan. Indikator ini akan diaplikasikan dalam pembuatan pertanyaan. Terdapat beberapa tingkatan untuk menakar penerimaan sistem informasi MRT Jakarta dengan Model Mobile Application Adoption and Continuous Use, berikut ini tingkatan tersebut.

Skor	Jawaban
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber :

Diperlukan kategorisasi dari keseluruhan jawaban responden setelah adanya skoring diatas sehingga dapat diketahui jawaban yang telah diisi oleh responden. Kategorisasi dilakukan untuk menggolongkan jawaban sesuai dengan skornya. Pengukuran diperlukan pula untuk mempermudah hasil hitung dengan rumus :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Banyaknya Bilangan}} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan 0,75 sebagai intervalnya, maka dapat ditetapkan kategori penerimaan sistem informasi MRT Jakarta dengan *Model Mobile Application Adoption and Continuous Use* sebagai berikut

Skor	Jawaban
3,05 - 3,70	Sangat Tinggi
2,40 - 3,05	Tinggi
1,75 - 2,40	Rendah
1,00 - 1,75	Sangat rendah

Sumber: hasil olahan peneliti

Kategorisasi ini digunakan untuk mempermudah peneliti dalam penggambaran penerimaan aplikasi MRT Jakarta dengan *Model Mobile Application Adoption and Continuous Use*.

