

Analisis Taraf Kepuasan Pengguna Aplikasi OVO dengan Metode EUCS

Lilis Darwati¹, Fitriyani²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya
e-mail: ¹lilisdarwati19@gmail.com, ²fitriyani@ars.ac.id

Abstrak

Peningkatan perkembangan teknologi banyak yang dapat dilakukan atau dikembangkan seperti halnya sebuah sistem maupun aplikasi untuk mempermudah manusia melakukan pekerjaan atau bertransaksi. Namun dengan adanya aplikasi dibutuhkan juga suatu penelitian untuk mengukur nilai kepuasan penggunaan aplikasi itu sendiri, salah satunya aplikasi OVO. Analisis yang dilakukan ini untuk mengetahui seberapa besar taraf kepuasan pengguna dalam menggunakan OVO dimana pada analisis ini memakai metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS), metode ini menekankan pada kepuasan pengguna dengan cara memakai analisa pengaplikasian berdasarkan isi pada aplikasi, mengenai keakuratan data, bentuk aplikasi, kemudahan dalam menggunakan aplikasi serta data yang diproses tepat waktu. Bentuk penelitian yang dilaksanakan ini adalah penelitian deskriptif dengan memakai alat penelitian dengan kuesioner. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui taraf kepuasan pengguna.

Kata kunci—EUCS, Kuantitatif, Kepuasan Pengguna, OVO

Abstract

Improving technological developments can be done or developed such as a system or application to make it easier for humans to do work or transact. But with the application, a study is also needed to measure the satisfaction value of using the application itself, one of which is the OVO application. This analysis is done to find out how much user satisfaction in using OVO where in this analysis using the End User Computing Satisfaction (EUCS) method, this method emphasizes user satisfaction by using application analysis based on the content of the application, regarding the accuracy of data, application form, ease of using applications and data processed on time. This form of research carried out is descriptive research using research tools with questionnaires. This analysis is done to find out the level of user satisfaction.

Keywords—EUCS, Quantitative, User Satisfaction, OVO

Corresponding Author:

Fitriyani

Email: fitriyani@ars.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini semakin cepat bahkan dalam hitungan detik saja teknologi dapat berubah mengikuti perkembangan zaman dan telah merambah ke segala bidang salah satunya bidang dalam bisnis serta tata cara pembayaran. Saat ini toko *online* dan *marketplace* tidak bisa terlepas dari teknologi *digital* dikarenakan kemudahan dalam bertransaksi sebagai contoh dalam melakukan pembayaran secara *digital*. Perkembangan teknologi yang kian maju mengakibatkan keluarnya berbagai *konteks* layanan baru, termasuk pada layanan pembayaran. Dengan munculnya *e-money* ini akan menjadi suatu *opportunity* bisnis yang bisa digunakan oleh kalangan konsumen karena dapat menggantikan pemakaian uang tunai [1]. Dengan kecanggihan yang diciptakan akan membuat pengguna teknologi semakin diminati dan mengakibatkan suatu persepsi terhadap penggunaan teknologi informasi. Seiring dengan

perkembangan teknologi yang begitu pesat dapat berpengaruh terhadap budaya masyarakat baik yang positif maupun negatif, dengan begitu masyarakat secara tidak langsung harus menerima dan mengikuti perubahan baru [2]. Dengan hadirnya teknologi informasi memudahkan semua orang dalam melakukan suatu tindakan dan transaksi. Saat ini muncul berbagai suatu inovasi dalam melakukan transaksi dengan memanfaatkan kecanggihan digital, salah satunya teknologi yang sekarang sedang berkembang yaitu sistem pembayaran secara non tunai yang berangsur menggantikan pembayaran secara langsung tanpa uang tunai. Dengan pembayaran non tunai memberikan kemudahan transaksi dengan mudah dan mengefisieni waktu, sistem pembayaran non tunai itu salah satunya OVO.

Dengan adanya aplikasi pembayaran non tunai ini, maka terdapat juga permasalahan mengenai persaingan dalam sistem pembayaran terutama *online*, perlunya suatu penelitian mengenai kepuasan pengguna dengan memperhatikan beberapa faktor. Untuk mengetahui suatu kepuasan pengguna maka perlu dilakukan pengukuran mengenai variabel apa saja yang mempengaruhi taraf kepuasan pengguna dan mempertahankan kualitas dari layanan OVO itu sendiri, namun Kepuasan pelanggan itu sendiri adalah taraf suatu kondisi yang dirasakan pengguna atau konsumen dengan cara membandingkan tampilan atau suatu sistem yang dirasakan pada hubungannya dengan keinginan seseorang [3]. Untuk mengetahui kepuasan pengguna dapat dilakukan dengan suatu langkah atau cara, dalam analisis ini memakai metode EUCS (*End User Computing Satisfaction*). *End User Computing Satisfaction* (EUCS) yaitu suatu langkah secara sistematis yang digunakan dalam mengukur taraf kepuasan dari pengguna suatu sistem aplikasi tapi jika berdasarkan sebuah sistem aplikasi ini dapat menilai secara menyeluruh dengan didasarkan pada pengguna sistem yang telah berpengalaman dalam memakai sistem aplikasi itu sendiri[4].

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian Kuantitatif. Hasil data penelitian dihasilkan menggunakan cara dengan membagikan kuesioner yang diberikan kepada pengguna aplikasi OVO dan data yang diproses menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), data yang telah diolah menghasilkan suatu data guna mengetahui tingkat kepuasan pengguna dan kualitas dari aplikasi OVO. Penelitian ini terkait pada artikel penelitian yang dilaksanakan oleh [5] penelitian tersebut dilaksana ~~gm~~ mengukur taraf kepuasan pengguna Tapp Market dengan menerapkan metode EUC dengan hasil dari analisis konsumen Tapp Market cukup merasa puas terhadap aplikasi Tapp Market lalu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [6] yang sudah membuktikan bahwa keberhasilan kinerja aplikasi SIPP pada perusahaan PT. Gunung Amal Solution International memberikan efek yang signifikan. Hasil penelitian analisis diperoleh dari 5 variabel secara simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keberhasilan dalam Kinerja Aplikasi SIPP pada Perusahaan Gunung Amal *Solution International* dengan tingkat hubungan nilai 12,215 nilai *sig* 0,00 dan nilai R Square 0,521 tingkat pengaruh variabel X terhadap Y sebesar 52%.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Menurut [7] Metode kuantitatif merupakan metode analisis yang dipakai dalam menguji suatu populasi atau sampel tertentu, untuk mengumpulkan data diperlukan suatu alat yang digunakan dalam hal ini peneliti menggunakan media dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang dikemas dalam bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini memakai metode penelitian yaitu *End User Computing Satisfaction* (EUCS) mengacu kepada lima variabel yaitu konten, keakuratan data, bentuk aplikasi, kemudahan penggunaan aplikasi dan ketepatan waktu.

2.1. Tahapan Penelitian

Adapun langkah yang dipersiapkan untuk penelitian ini dengan urutan yang sudah dipersiapkan serta dilakukan, pada hal yang bersangkutan dengan penelitian. Ada 9 tahapan dalam penelitian yang dilakukan yaitu Studi Pendahuluan, Studi Literatur, Definisi Operasional

Variabel, Penyusunan Hipotesis, Penyusunan Instrumen, Uji Instrumen, Penyebaran Kuesioner, Analisis Data, Penyusunan Kesimpulan.

2.2. Variabel Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan ini terdapat 2 jenis variabel yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen.

- Variabel Independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Konten, Keakuratan, Bentuk, Kemudahan Pengguna dan Ketepatan Waktu.
- Variabel Dependen yaitu suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas pada penelitian ini variabel terikat adalah *User Satisfaction*.

2.3. Penyusunan Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu langkah yang akan diuji atas jawaban sementara yang akan memberikan suatu keputusan, dalam hal ini keputusan untuk menerima maupun menolak atas hipotesis itu sendiri [8]. Hipotesis Penelitian :

- H1 : *Content* aplikasi mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO
 H2 : *Accuracy* aplikasi mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO
 H3 : *Format* aplikasi mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO
 H4 : *Ease Of Use* aplikasi mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO
 H5 : *Timeliness* aplikasi mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO
 H6 : *Content, Accuracy, Format, Ease Of Use* dan *Timeliness* secara bersamaan mempunyai efek signifikan terhadap taraf kepuasan pengguna OVO

Dalam penelitian ini dalam pengumpulan data memakai alat kuesioner (Angket) dengan cara dibagikan kepada pengguna aplikasi OVO di Bandung. Sampel pada penelitian ini yaitu sebesar 100 responden. Untuk mengetahui jumlah sampel dapat memakai rumus Rao Purba.

2.4. Instrumen Penelitian

Suatu alat yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan berbagai macam data, alat penelitian digunakan untuk menghitung suatu nilai variabel yang akan di analisis. Untuk menerima data yang tepat untuk mendapatkan kesimpulan yang diinginkan dengan situasi sebenarnya, maka diharapkan suatu alat yang *valid* dan konsisten pada data hasil penelitian[9]. Dalam instrumen peneliti menggunakan skala likert.

Tabel 1. Skor Skala Likert

SKALA	KETERANGAN
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini yaitu suatu hasil dalam merumuskan masalah, jawaban sementara dan pengumpulan data yang dilakukan dengan membandingkan dengan penelitian sebelumnya, dimana dapat diambil suatu titik masalah sehingga dapat disimpulkan dan didapat suatu hasil yang bisa diuji kebenarannya.

3.1. Uji Validitas

Pengujian validitas dipakai dalam mengukur sejauh mana kevalidan instrumen melalui penyebaran kuesioner.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Independen

Variabel	ID Pertanyaan	r Hitung	r Tabel 5% 100	Ket
<i>Content</i> (A1)	A1.1	0.887	0.195	Data Valid
	A1.2	0.861	0.195	Data Valid
	A1.3	0.787	0.195	Data Valid
<i>Accuracy</i> (A2)	A2.1	0.889	0.195	Data Valid
	A2.2	0.911	0.195	Data Valid
<i>Format</i> (A3)	A3.1	0.922	0.195	Data Valid
	A3.2	0.904	0.195	Data Valid
<i>Ease Of Use</i> (A4)	A4.1	0.920	0.195	Data Valid
	A4.2	0.917	0.195	Data Valid
<i>Timeliness</i> (A5)	A5.1	0.917	0.195	Data Valid
	A5.2	0.889	0.195	Data Valid
	A5.3	0.848	0.195	Data Valid
<i>User Satisfaction</i> (B)	B1	0.950	0.195	Data Valid
	B2	0.963	0.195	Data Valid

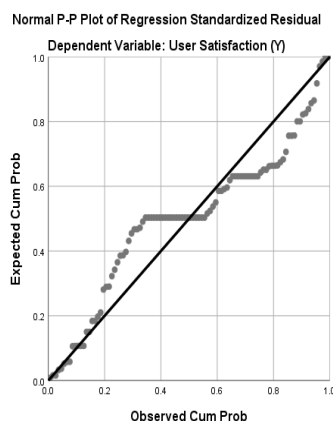
Jika dilihat dari hasil uji validitas tersebut keseluruhan variabel memiliki nilai r hitung $>$ r tabel maka didapat kesimpulan variabel-variabel tersebut valid.

3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini memakai koefisien *Cronbach's Alpha*. koefisien *Cronbach's Alpha* adalah koefisien yang sering digunakan karena koefisien ini digunakan untuk mendeskripsikan varian item-item, dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari 0,6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel (*Content*) 0,796, Variabel (*Accuracy*) 0,764, Variabel (*Format*) 0,799, Variabel (*Ease Of Use*) 0,814, Variabel (*Timeliness*) 0,862 dan Variabel (*User Satisfaction*) 0,903. Jika dilihat dari hasil uji reliabilitas tersebut keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 maka didapat kesimpulan variabel-variabel tersebut reliabel/konsisten.

3.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas [10].



Gambar 1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji asumsi klasik ditemukan bahwa pada gambar 1 untuk uji normalitas variabel Konten, Keakuratan data, Bentuk atau tatap muka, Kemudahan pengguna dan Ketepatan waktu disini dengan hasil berdistribusi normal dimana titik-titik menebar dilintasan jalur diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sedangkan pada uji multikolonieritas dapat diambil kesimpulan nilai *tolerance* dari variabel *content* dengan nilai 0,499, *accuracy* 0,446, *format* 0,311, *ease of use* 0,344 dan *timeliness* 0,401 atau lebih dari 0,1 lalu untuk nilai VIF *content* 2,002, *accuracy* 2,242, *format* 3,216, *ease of use* 2,905, *timeliness* 2,494 atau nilai < 10 . Maka didapat kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas. Selanjutnya dilakukan pengujian heteroskedastisitas dan didapat tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini ditentukan syarat pengujian uji t yaitu jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis akan diterima (signifikan). Adapun cara pengujian yang dilakukan secara bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen dengan menentukan nilai alpha ($\alpha = 0,05$). Berikut temuan pengujian hipotesis yaitu dengan ujif :

Tabel 3. Hasil Pengujian Statistik F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132,531	5	26,506	51,236	.000 ^b
	Residual	48,629	94	0,517		
	Total	181,160	99			

Nilai f pada tabel diatas anggap sebagai nilai fhitung. Untuk bisa mengetahui signifikannya mampu dipengaruhi menggunakan kondisi fhitung $>$ ftabel. Berdasarkan output statistik SPSS fhitung 51,236. Nilai ftabel 2,30. Fhitung yaitu sebesar 51,236 $>$ Ftabel 2,30 artinya H6 diterima adapun hasil bisa dilihat dari perbandingan probabilitas dengan tingkat signifikansi dimana probabilitas 0,000 nilainya lebih kecil dari signifikan sebesar 0,05 artinya H6 diterima.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka perlu diketahui nilai koefisiensi determinasi yang dijelaskan dalam kolom R Square.

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (Adjust R-Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	0,732	0,717	0,719

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan korelasi sebesar 0,855 jika dibandingkan dengan tabel interval koefisien, nilai diatas pada interval 0,80 - 1,000 yang artinya mempunyai efek terhadap kepuasan pengguna dengan taraf hubungan yang cukup sangat kuat, sesuai dengan interval koefisien serta taraf pengaruh dengan nilai interval koefisien 0,00-0,20 tingkat pengaruh Sangat lemah, 0,21-0,40 tingkat pengaruh Lemah, 0,41-0,70 tingkat pengaruh Kuat, 0,71-0,90 tingkat pengaruh Sangat kuat dan 0,91-0,99 tingkat pengaruh Kuat Sekali.

Dengan kata lain variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease Of Use* dan *Timeliness* memiliki tingkat yang sangat kuat dengan kepuasan pengguna aplikasi OVO. Hasil perhitungan diatas menunjukkan koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,732 artinya persentase sumbangan pengaruh Konten, keakuratan pada data, bentuk atau tatap muka, kemudahan dalam penggunaan dan ketepatan waktu dengan kepuasan pengguna sebesar 73,2% artinya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan taraf hubungan yang cukup sangat kuat sedangkan 26,8% ditentukan oleh variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini *standard error estimated* bernilai 0,719.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian:

1. Pada hasil penelitian *Content* pada aplikasi OVO memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai t_{hitung} 2,477 dan nilai signifikan 0,015.
2. Pada hasil penelitian *Accuracy* pada aplikasi OVO tidak memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai t_{hitung} 0,779 dan nilai signifikan 0,438.
3. Pada hasil penelitian *Format* pada aplikasi OVO tidak memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai t_{hitung} 0,232 dan nilai signifikan 0,817.
4. Pada hasil penelitian *Easy Of Use* pada aplikasi OVO memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai t_{hitung} 6,307 dan nilai signifikan 0,000.
5. Pada hasil penelitian *Timeliness* pada aplikasi OVO memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai t_{hitung} 3,415 dan nilai signifikan 0,001.
6. Secara bersamaan *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease Of Use* dan *Timeliness* memiliki efek secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai f_{hitung} 51,236 dan nilai signifikan 0,000 serta memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pengguna dengan nilai persentase 73,2%. Dengan nilai persentase tersebut artinya pengguna OVO merasa puas dengan aplikasi OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. N. S. Lestari, "Analisis Faktor-Faktor Promosi Dalam Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan," pp. 1–16, 2017, doi: 10.31227/osf.io/dtwb3.
- [2] D. Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya," *J. SIMBOLIKA Res. Learn. Commun. Study*, vol. 4, no. 1, p. 62, 2018, doi: 10.31289/simbollika.v4i1.1474.

- [3] L. Cucu Sumartini and D. Fajriany Ardining Tias, “Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja,” *J. E-Bis*, vol. 3, no. 2, pp. 111–118, 2019, doi: 10.37339/e-bis.v3i2.124.
- [4] N. L. A. K. Y. Sarja, “Pengukuran Kepuasan Pengguna Sistem Informasi,” *Konf. Nas. Sist. Inform.*, no. 2016, pp. 836–840, 2017.
- [5] A. S. Damayanti, “Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Tapp Market Menggunakan Metode EUCS (End User Computing Satisfaction). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 11, pp. 4833–4839, 2018.
- [6] S. E. Sabon and S. Susanti, “Analisis Keberhasilan Kinerja Aplikasi Sipp Menggunakan Metode EUCS Pada PT. Gunung Amal Solution International,” *POTENSI (eProsiding Sist. Informasi)*, vol. 1, no. 1, pp. 145–151, 2020, [Online]. Available: <http://eprosiding.ars.ac.id/index.php/psi/article/view/203>.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [8] R. Rachman, N. Hunaifi, and R. D. Sulatriningsih, “Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Punten Kota Bandung Menggunakan Model Evaluasi Terintegrasi,” *J. Responsif Ris. Sains dan Inform.*, vol. 2, no. 2, pp. 158–167, 2020, doi: 10.51977/jti.v2i2.279.
- [9] F. Yusup, “Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *J. Tarb. J. Ilm. Kependidikan*, vol. 7, no. 1, pp. 17–23, 2018, doi: 10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.
- [10] M. Siri, Fitriyani, and A. Herliana, “Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan Technology Acceptance Model,” *J. Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 66–75, 2017.