

ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY READINESS* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN TCASH DI KOTA SEMARANG

Mirna Tria Pratiwi

Farida Indriani

J. Sugiarto

Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro

Email : mirnatriapратиwi@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan minat menggunakan TCASH di kota Semarang. Penelitian ini menguji pengaruh beberapa variabel terhadap minat menggunakan yaitu *technology readiness*, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat.

Sampel penelitian ini adalah pengguna *smartphone* di Kota Semarang, dengan jumlah sebanyak 105 orang. Pengambilan data dilaksanakan dengan menggunakan kuisioner, yang berisi 15 pertanyaan untuk menjawab 6 hipotesis yang diajukan. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) yang diolah dengan *software* AMOS 22.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat 5 hipotesis yang diterima dan 1 hipotesis yang ditolak. Uji hipotesis menunjukkan bahwa *technology readiness* berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan minat menggunakan. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi manfaat dan minat menggunakan. Untuk meningkatkan minat menggunakan TCASH dapat dilakukan dengan meningkatkan *technology readiness* dan persepsi kemudahan terhadap produk TCASH.

Kata Kunci : *Technology readiness*, *Persesi Kemudahan*, *Persepsi Manfaat*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telekomunikasi dapat dikategorikan sangat pesat terutama telekomunikasi nirkabel. Jumlah penggunaannya pun meningkat dari tahun ke tahun dengan rata-rata peningkatan sebesar 10%. Pertumbuhan pengguna telepon seluler ini mendorong masyarakat untuk mengubah cara mengelola terutama keuangan dan hal ini menjadi peluang bagi industri keuangan untuk meningkatkan layanannya dengan meluncurkan layanan berbasis internet, seperti *mobile banking*. Namun, keberadaan *mobile banking* dinilai belum cukup mencapai tujuan Layanan Keuangan Digital (LKD) sebagai salah satu program keuangan inklusif, karena masih banyak pengguna telepon seluler yang masih belum memiliki rekening, sehingga dalam kegiatan transaksi keuangannya membutuhkan dukungan. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dari pihak ketiga, salah satunya operator telekomunikasi untuk menyediakan layanan keuangan bagi pengguna telepon seluler yang tidak memiliki rekening bank.

Telkomsel merupakan salah satu operator telekomunikasi seluler yang memiliki jaringan luas di seluruh Indonesia, meluncurkan produk *mobile payment* yang dinamakan TCASH. TCASH merupakan salah satu bentuk *e-money*, yang memungkinkan penggunaannya dapat melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang cash dan dapat melakukan

transaksi keuangan dimanapun dan kapanpun. TCASH terdiri dari dua produk yaitu TCASH TAP, yaitu produk yang berbasis NFC (*Near Field Communication*) yang terintegrasi dengan akun TCASH. Cara penggunaannya cukup dengan mendekatkan stiker NFC yang terempel di telepon seluler atau dengan mendekatkan *smartphone* yang memiliki NFC ke mesin NFC reader. Untuk kemudahan bertransaksi dimanapun, TCASH memiliki aplikasi TWallet, yang memiliki fitur pembayaran dengan QR *code*, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, bahkan berbagi uang antar akun TCASH dan rekening bank, tanpa harus memiliki rekening di bank.

Kecanggihan teknologi dan tingginya investasi tidak serta merta menentukan kesuksesan suatu teknologi (Phonthanukitithaworn, Sellitto, & Fong, 2016; Upadhyay & Jahyanan, 2016). Hal ini dialami oleh TCASH, tercatat pada laporan performansi TCASH di Jawa Tengah yang ditunjukkan pada tabel 1 meskipun jumlah penggunaannya terus bertambah namun pertumbuhan penggunaannya cenderung tidak stabil, bahkan di tiga bulan terakhir mengalami penurunan yang drastis. Berdasarkan pertanyaan pra penelitian yang diajukan kepada 20 responden menunjukkan bahwa sikap mental mempengaruhi penerimaan terhadap TCASH terutama kesiapan dan persepsi yang dirasakan. Sebagian besar responden yang belum menggunakan, menyatakan bahwanya adanya kekhawatiran terhadap TCASH. Oleh karena itu, perlu adanya peninjauan lebih lanjut mengenai pengaruh kesiapan terhadap penerimaan TCASH.

Tabel 1.
Performansi TCASH di Jawa Tengah

Bulan Penggunaan	Jumlah Pengguna		Laju Pertumbuhan	
	TCASH	TAP TCASH	TCASH	TAP TCASH
Dec-15	406.586	5.453	-	-
Jan-16	413.673	7.583	2%	39%
Feb-16	420.504	9.605	2%	27%
Mar-16	427.067	12.403	2%	29%
Apr-16	434.716	15.198	2%	23%
May-16	441.092	17.707	1%	17%
Jun-16	449.090	20.243	2%	14%
Jul-16	461.181	22.275	3%	10%
Aug-16	480.244	27.691	4%	24%
Sep-16	493.554	33.100	3%	20%
Oct-16	591.637	42.955	20%	30%
Nov-16	709.422	53.559	20%	25%
Dec-16	770.334	66.013	9%	23%
Jan-17	793.282	72.523	3%	10%

Sumber: Laporan Performansi TCASH

Ciri kepribadian seseorang juga mampu mempengaruhi kemampuan konsumen mengadopsi suatu teknologi (Dabholkar & Bagozzi, 2002; Liljander, Gillberg, Gummerus, & van Riel, 2006). Penerimaan teknologi dipengaruhi oleh sikap positif dan negatif seseorang (Parasuraman, 2000). Konsep tentang keyakinan konsumen terhadap penggunaan produk dan layanan berbasis teknologi dapat dijelaskan dalam variabel *technology readiness*. (C. H. Lin, Shih, & Sher, 2007; Parasuraman, 2000). Seseorang dengan sikap positif yang lebih tinggi dalam menyikapi adanya teknologi cenderung lebih mudah untuk menggunakan teknologi, sebaliknya jika sikap negatif lebih tinggi akan menjadi penghalang untuk masuknya informasi yang berkaitan dengan teknologi (Kuo, Liu, & Ma, 2013; C. H. Lin et al., 2007; J.

S. C. Lin & Hsieh, 2007; Phonthanakitithaworn et al., 2016; Shin & Lee, 2014; Walczuch, Lemmink, & Streukens, 2007).

Minat menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh sikap dari pengguna. Penerimaan teknologi oleh pengguna dianggap menjadi faktor yang penting dalam upaya meningkatkan penggunaan *mobile payment* (Schierz, Schilke, & Wirtz, 2010). Persepsi dari pengguna akan sangat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi. Penggunanya cenderung memilih menggunakan suatu teknologi tergantung dari bagaimana teknologi itu mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja mereka. Meskipun dalam penggunaan teknologi banyak manfaat yang diperoleh, dalam waktu yang sama keyakinan bahwa kesulitan dalam penggunaan dan manfaat kinerja dapat sebanding, juga dapat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi (F. Davis, 1989). Hal ini berkaitan dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan penelitian tersebut, maka beberapa pertanyaan penelitian yang diuji dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana pengaruh dari *technology readiness* terhadap persepsi kemudahan dari TCASH?
2. Bagaimana pengaruh dari *technology readiness* terhadap persepsi manfaat dari TCASH?
3. Bagaimana pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat dari TCASH?
4. Bagaimana pengaruh dari persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan TCASH?
5. Bagaimana pengaruh dari persepsi manfaat terhadap minat menggunakan TCASH?
6. Bagaimana pengaruh dari *technology readiness* terhadap minat menggunakan TCASH?
7. Bagaimana pengaruh langsung *technology readiness* terhadap minat menggunakan TCASH?
8. Bagaimana pengaruh tidak langsung *technology readiness* minat menggunakan TCASH?

Technology readiness

Technology readiness mengacu pada kecenderungan manusia untuk menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan baik dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sehari-hari (Parasuraman, 2000). Konsumen akan lebih cenderung menggunakan teknologi yang memberikan kenyamanan, efisiensi, dan dalam pengoperasiannya membawa kesenangan bagi penggunanya (J. S. C. Lin & Hsieh, 2007; Parasuraman, 2000). Namun menurut Meuter (2003) dalam Lin & Hsieh (2007), kekhawatiran akan teknologi juga berkaitan dengan perilaku konsumen dalam intensitas penggunaan teknologi dan intensitas *word of mouth* (J. S. C. Lin & Hsieh, 2007). Banyak orang menghindari teknologi karena mereka tidak nyaman, tidak siap untuk menggunakan teknologi (J. S. C. Lin & Hsieh, 2007; Meuter, Ostrom, Bitner, & Roundtree, 2003). Oleh karena itu, penting untuk mendalami *technology readiness* dari pengguna.

Technology readiness dapat diukur oleh beberapa dimensi positif dan negatif personal (Parasuraman, 2000) yakni sebagai berikut:

1. Optimisme (*Optimism*)
Optimisme didefinisikan sebagai sudut pandang positif terhadap teknologi yang mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.
2. Inovasi (*Innovativeness*)
Inovasi merupakan sikap positif yang berkaitan dengan keinginan untuk menjadi pelopor dalam penggunaan teknologi baru.
3. Ketidaknyamanan (*Discomfort*)
Discomfort dalam hal ini didefinisikan sebagai perasaan negatif yang berkaitan dengan kekhawatiran kurang mampu mengontrol atau kewalahan dalam menggunakan teknologi.
4. Ketidakamanan (*Insecurity*)
Ketidakamanan disini disebut perasaan kurang percaya kepada kemampuan teknologi dalam upayanya untuk menyelesaikan pekerjaan.

Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam penggunaannya pada suatu, akan bebas dari usaha. Bebas dari usaha ini maksudnya adalah terlepas dari kesulitan atau tidak membutuhkan upaya yang dalam menggunakannya (F. Davis, 1989). Sebuah aplikasi yang lebih mudah digunakan akan lebih banyak diterima oleh penggunanya. Dari definisi tersebut, jika seseorang meyakini bahwa sistem yang digunakannya mudah dioperasikan maka dia akan menggunakan sistem tersebut, begitu juga sebaliknya. Jika sistem tersebut dirasa sulit dalam pengoperasian maka dia tidak akan menggunakannya.

Selain mampu meningkatkan penggunaan teknologi, tingginya persepsi kemudahan akan memudahkan konsumen untuk merasakan kegunaan dari teknologi sehingga persepsi manfaat yang dirasakan akan meningkat (F. Davis, 1989; Shin & Lee, 2014; Venkatesh & Fred D. Davis, 2000).

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai derajat atau tingkat keyakinan seseorang dalam penggunaan suatu sistem yang mampu meningkatkan kinerja para penggunanya. Hal ini mengacu pada pengertian manfaat (*useful*) yang merupakan kemampuan untuk dapat memberikan keuntungan semaksimal mungkin. (F. Davis, 1989). Jika seseorang meyakini bahwa suatu sistem mampu memberikan manfaat atau sistem yang digunakan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Konsep manfaat dari sistem yang digunakan adalah berkaitan dengan produktivitas, kinerja dalam mengerjakan tugas, efektifitas, pentingnya bagi pekerjaan serta kebermanfaat secara keseluruhan.

Persepsi manfaat juga memiliki pengaruh terhadap persepsi kemudahan karena keduanya memiliki posisi yang setara, dimana semakin mudah digunakan maka semakin bermanfaat sistem tersebut (F. Davis, 1989; F D Davis, 1986). Di dalam TAM, keyakinan seseorang meliputi persepsi kemudahan dan manfaat, mampu menjabarkan sikap seseorang

terhadap teknologi yang menjadi dasar untuk minat dalam penggunaan teknologi (J. C. Lin & Chang, 2011).

Minat Menggunakan

Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor sosial, perasaan (*affect*), dan konsekuensi dari perasaan (Safitri, 2015). Meningkatnya minat untuk menggunakan teknologi informasi juga didasari karena adanya manfaat yang dirasakan oleh penggunanya (Fred D. Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). Menurut Thompson et.al., (1991). Semakin besar keyakinan seseorang terhadap manfaat dari teknologi informasi mampu meningkatkan minat mereka dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan pekerjaannya. Pada penelitian lain disebutkan bahwa antara pemanfaatan teknologi informasi dan penggunaannya memiliki pengaruh positif dan signifikan (Venkatesh & Fred D. Davis, 2000). Namun, dalam penelitian lainnya disebutkan bahwa terdapat pengaruh positif pada minat untuk memanfaatkan teknologi informasi tetapi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan sistem.

HIPOTESIS

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah dan telaah pustaka yang telah disebutkan sebelumnya, berikut beberapa hipotesis yang diuji pada penelitian ini:

- Hipotesis 1 : *Technology readiness* berpengaruh secara positif terhadap persepsi kemudahan
- Hipotesis 2 : *Technology readiness* berpengaruh secara positif terhadap persepsi manfaat
- Hipotesis 3 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap persepsi manfaat
- Hipotesis 4 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan
- Hipotesis 5 : Persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan
- Hipotesis 6 : *Technology readiness* berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan

METODE PENELITIAN

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna *smartphone* di Kota Semarang yang belum pernah menggunakan TCASH. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 105 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel sampling non-acak sedangkan metode samplingnya adalah sampling insidental. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Structural Equation Model* (SEM) dengan aplikasi AMOS.

Aplikasi AMOS mengolah output estimasi berdasarkan hasil kuesioner yang dibagi kepada 105 responden. Kuesioner disebar dengan cara mendatangi merchant-merchant yang bekerja sama dengan TCASH dengan melakukan pengamatan pada konsumen yang melakukan pembayaran dengan non TCASH. Pertanyaan kuesioner disarikan dari telaah pustaka yang telah disusun sebelumnya. Penyarian telaah pustaka dibentuk menjadi indikator penelitian dan didetailkan lebih lanjut pada pertanyaan kuesioner. Berikut indikator yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2.
Definisi Konseptual dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Simbol
1	<i>Technology readiness</i> (Erdoğmu & Esen, 2011; J. C. Lin & Chang, 2011; Parasuraman, 2000; Walczuch et al., 2007)	Kecenderungan seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi dalam upaya mencapai tujuan dalam pekerjaan maupun kehidupan sehari-hari	Optimisme yaitu keyakinan bahwa teknologi mampu meningkatkan pengawasan, fleksibilitas dan efisiensi dalam kehidupan	X1
			Inovatif yaitu kecenderungan untuk menjadi pelopor dalam penggunaan teknologi dan menjadi thought leader	X2
			Ketidaknyamanan mengacu pada kurangnya persepsi control terhadap teknologi sehingga merasa kewalahan dalam menghadapinya	X3
			Ketidakamanan yaitu perasaan skeptis dan ketidakpercayaan terhadap kemampuan teknologi untuk menyelesaikan berbagai tugas-tugas	X4
2	Persepsi kemudahan (F. Davis, 1989; F D Davis, 1986; Phonthanakitithaworn et al., 2016; Shin & Lee, 2014; Upadhyay & Jahanyan, 2016; Venkatesh & Fred D. Davis, 2000)	Sikap mental seseorang yang meyakini bahwa penggunaan teknologi membutuhkan banyak usaha	Cara penggunaan mudah untuk dipelajari	X5
			Interaksi dengan jelas dan mudah dipahami	X6
			Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar	X7
			Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan	X8
3	Persepsi Manfaat (F. Davis, 1989; F D Davis, 1986; Phonthanakitithaworn et al., 2016; Shin & Lee, 2014; Upadhyay & Jahanyan, 2016; Venkatesh & Fred D. Davis, 2000)	Tingkat keyakinan seseorang dalam penggunaan suatu sistem mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja	Meningkatkan produktifitas	X9
			Meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari	X10
			Mengurangi waktu bertransaksi	X11
			Sangat bermanfaat	X12
4	Minat menggunakan (F. Davis, 1989; F D Davis, 1986; Phonthanakitithaworn, Sellitto, & Fong, 2016; Shin & Lee, 2014; Upadhyay & Jahanyan, 2016;	Kecenderungan seseorang untuk menggunakan sesuatu	Akan bertansaksi	X13
			Akan merekomendasikan	X14
			Akan terus menggunakan	X15

Venkatesh & Fred D. Davis, 2000)			
-------------------------------------	--	--	--

Sumber: Konstruksi Peneliti (2017)

ANALISIS DATA

Uji Normalitas Data

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa data terdistribusi normal, dengan ditunjukkan bahwa seluruh nilai C.R masih berada dalam rentang $\pm 2,58$, dengan nilai C.R multivariate sebesar 0,414.

Evaluasi Outlier

Nilai mahalnobis distance dilihat pada tabel Chi-Square pada jumlah indikator yang digunakan pada tingkat signifikansi $p < 0,001$. Nilai mahalnobis distance $\chi^2 (15; 0,001)$ adalah 37,697. Output mahalnobis distance pada penelitian ini berkisar antara 7,243 - 29,352, sehingga data tidak ada yang terlalu ekstrem (outlier).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai Construct Realibility (CR). Nilai CR dikatakan baik bila memiliki nilai $> 0,7$. Hasil perhitungan CR pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Standar Loading	Jumlah Measurement Error	C.R
<i>Technology readiness</i>	3,076	1,6028	0,855
Persepsi Kemudahan	3,289	1,294	0,893
Persepsi Manfaat	3,322	0,4425	0,961
Minat Menggunakan	2,816	0,3559	0,957

Sumber: Data Olahan (2017)

Tabel diatas menunjukkan bahwa keempat variabel pada penelitian ini memiliki nilai CR $> 0,7$ yaitu berkisar antara 0,855 – 0,961. Output ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang tinggi karena nilai C.R berada diatas yang dipersyaratkan. Ini menunjukkan bahwa indikator reliabel dalam mengukur variabel.

Uji Validitas

Uji validitas dapat diuji melalui *Variance Extraced* (AVE). Nilai AVE dikatakan baik bila $> 0,5$. Hasil pengujian validitas sebagai berikut.

Tabel 4
Uji Validitas

Variabel	Jumlah Kuadrat Standar Loading	Jumlah Measurement Error	AVE
----------	--------------------------------	--------------------------	-----

<i>Technology readiness</i>	2,4096	1,6028	0,6005
Persepsi Kemudahan	2,7053	1,294	0,676
Persepsi Manfaat	2,7662	0,4425	0,862
Minat Menggunakan	2,6441	0,3559	0,888

Sumber: Data Olahan (2017)

Pada hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa keempat variabel pada penelitian ini memiliki nilai AVE > 0,5 yaitu berkisar antara 0,6005 – 0,888. Output ini menunjukkan bahwa masing – masing indikator telah dapat mewakili secara baik variabel penelitian.

Untuk pengujian *discriminant validity* dapat diuji melalui akar kuadrat Variance Extraced (AVE). Uji *discriminant validity* dikatakan baik bila nilai akar kuadrat AVE > nilai korelasi antar variabel laten. Hasil pengujian *discriminant validity* adalah sebagai berikut.

Tabel 5
Korelasi Antar Variabel Laten dan Akar Kuadrat AVE

	<i>Technology readiness</i>	Persepsi Kemudahan	Persepsi Manfaat	Minat Menggunakan
<i>Technology readiness</i>	0,7749			
Persepsi Kemudahan	0,859	0,822		
Persepsi Manfaat	0,420	0,524	0,743	
Minat Menggunakan	0,507	0,387	0,037	0,942

Sumber: Data Olahan (2017)

Pengujian *discriminant validity* diatas menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE berkisar antara 0,8849 – 0,942. Output ini menunjukkan bahwa masing – masing korelasi nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada korelasi antar konstruk lainnya dan ini menunjukkan *convergent validity* yang baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk berbeda dengan konstruk lainnya.

Analisis Full Model SEM (*Structural Equation Model*)

Full model dalam penelitian ini secara grafis dapat dilihat pada gambar 1. Gambar 1 terbentuk dari gabungan variabel eksogen dan endogen yang telah dihubungkan dengan single anak panah sesuai dengan model awal yang akan diteliti pada penelitian ini. Penilaian Goodness – of – Fit dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6
Hasil Estimasi Kriteria Goodness – of – Fit Full Model

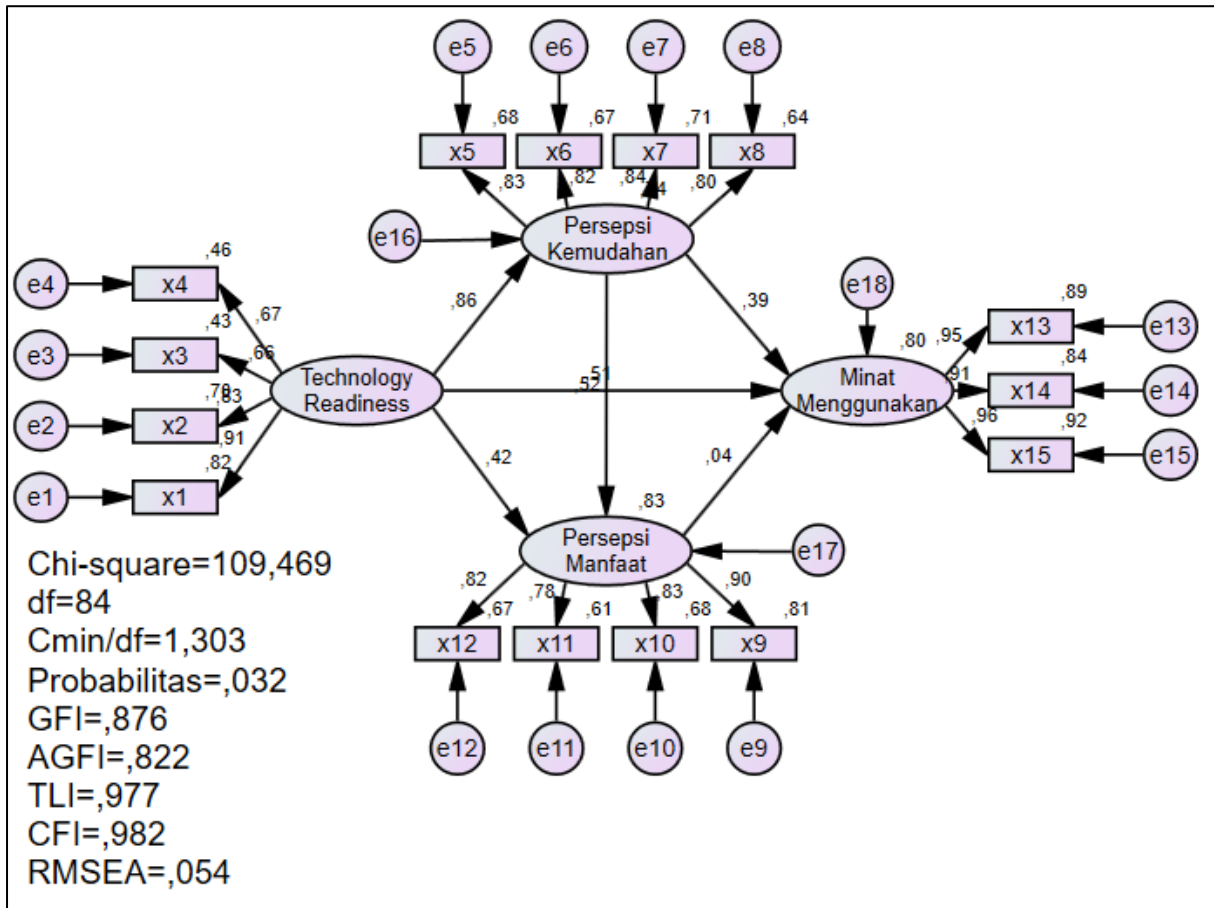
Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi – Square	< 106,395	109,469	Marjinal
Probability	≥ 0.05	0,032	Marjinal
RMSEA	≤ 0.08	0,054	Baik
GFI	≥ 0.90	0,876	Marjinal
AGFI	≥ 0.90	0,822	Marjinal
CMIN/df	≤ 2,00	1,303	Baik
TLI	≥ 0.90	0,977	Baik

CFI	≥ 0.95	0,982	Baik
-----	-------------	-------	------

Sumber: Data Olahan (2017)

Tabel 6 menunjukkan bahwa terdapat 4 dari 8 kriteria tergolong moderate karena berada sedikit di atas/bawah standar. Kondisi moderate masih dapat ditolerir, sehingga hasil estimasi full model menunjukkan model yang fit.

Gambar 1
Hasil Estimasi Full Model



Sumber: Data Olahan (2017)

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan estimasi, hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.

Tabel 7
Regression Weight Structural Equational Model

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Kemudahan	<--- Technology_Readiness	,743	,082	9,074	***	par_12
Persepsi_Manfaat	<--- Technology_Readiness	,377	,137	2,747	,006	par_13

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Manfaat	<--- Persepsi_Kemudahan	,544	,165	3,295	***	par_17
Minat_Menggunakan	<--- Persepsi_Kemudahan	,433	,199	2,177	,029	par_14
Minat_Menggunakan	<--- Persepsi_Manfaat	,040	,196	,203	,839	par_15
Minat_Menggunakan	<--- Technology_Readiness	,491	,155	3,164	,002	par_16

Sumber: Data Olahan (2017)

Berdasarkan hasil perhitungan estimasi, berikut hasil uji keenam hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 8
Rangkungan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Indeks (CR dan P)	Pembahasan
Hipotesis 1 : <i>Technology readiness</i> berpengaruh secara positif terhadap persepsi kemudahan	Diterima CR: 9,074 P: < 0,001	Sesuai penelitian Shin dan Lee (2014), Walzuch et al (2007) dan Lin et al (2007) bahwa <i>technology readiness</i> memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan. <i>Technology readiness</i> yang tinggi memberi peluang untuk menerima teknologi
Hipotesis 2 : <i>Technology readiness</i> berpengaruh secara positif terhadap persepsi manfaat	Diterima CR: 2,747 P: 0,006	Sesuai penelitian Shin dan Lee (2014), Walzuch et al (2007) dan Lin et al (2007) bahwa <i>technology readiness</i> memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat. <i>Technology readiness</i> yang tinggi memberi peluang untuk mendorong keyakinan bahwa teknologi mampu meningkatkan produktifitas.
Hipotesis 3 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap persepsi manfaat	Diterima CR: 3,295 P: <0,001	Sesuai dengan penelitian Chin (2015) dimana persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat yang dirasakan. Seperti yang disampaikan Laukkanen dan Lauronen (2005) munculnya kesulitan akan menghambat adopsi manfaat, sehingga semakin tinggi persepsi kemudahan, maka semakin tinggi persepsi manfaat.
Hipotesis 4 : Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan	Diterima CR: 2,177 Dan P: 0,029	Sesuai penelitian Shin dan Lee (2014), Walzuch et al (2007) dan Lin et al (2007) bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan. Kemudahan yang dirasakan akan meningkatkan kenyamanan dan mengurangi resiko kesalahan transaksi. Maka, makin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan makin tinggi minat menggunakan.
Hipotesis 5 : Persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan	Ditolak CR: 0,203 P: 0,839	Sesuai yang penelitian Phonthanukitithaworn (2016) bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini diakibatkan karna adanya layanan keuangan yang lebih dulu muncul seperti debit/credit card, sehingga nilai tambah pada <i>mobile payment</i> kurang dirasakan.
Hipotesis 6 : <i>Technology readiness</i> berpengaruh secara positif terhadap minat menggunakan	Diterima CR: 3,164 P: 0,02	Sesuai dengan penelitian Lin dan Chang (2011) yang menyatakan bahwa <i>technology readiness</i> berpengaruh positif dengan minat menggunakan. Seseorang dengan tingkat optimisme dan inovasi yang tinggi, akan lebih nyaman dalam menggunakan teknologi dan tidak membutuhkan bukti lebih mengenai performa teknologi tersebut.

Sumber: Data Olahan (2017)

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Secara umum dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan signifikan positif yang terbentuk antara *technology readiness* dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan. Kondisi ini membuat hubungan antara *technology readiness* terhadap minat menggunakan melalui variabel persepsi kemudahan memiliki nilai yang signifikan positif juga. Oleh sebab itu, Telkomsel hendaknya fokus untuk meningkatkan *technology readiness* khususnya sikap optimisme dan inovatif terhadap produk TCASH. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan promosi mengenai produk TCASH dan cara penggunaannya, sehingga para pengguna *smartphone* di kota Semarang dapat terbuka dengan adanya teknologi baru ini dan terdorong untuk menggunakan karena banyak fitur yang disajikan. Beberapa cara yang digunakan dengan membuka stand promosi TCASH, bekerja sama dengan influencer social media untuk mempromosikan TCASH, dan menjadi sponsor berbagai kegiatan, khususnya untuk sekolah atau kampus-kampus karena pelajar dan mahasiswa cenderung terbuka dengan teknologi.

Persepsi kemudahan juga memiliki pengaruh langsung terhadap minat menggunakan, oleh karena itu sebaiknya perusahaan juga fokus terhadap kemudahan dalam menggunakan. Untuk meningkatkan kemudahan, sebaiknya perusahaan melakukan evaluasi berkala mengenai pengalaman menggunakan TCASH baik melalui kuesioner dan interview singkat. Sehingga diperoleh hasil mengenai factor-faktor apa saja yang menjadi kesulitan, sehingga dapat diperbaiki dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Dabholkar, P. A., & Bagozzi, R. P. (2002). An Attitudinal Model of Technology-Based Self-Service: Moderating Effects of Consumer Traits and Situational Factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(3), 184–201.
<https://doi.org/10.1177/0092070302303001>

Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>

Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. *Management, Ph.D.*(April), 291.
<https://doi.org/oclc/56932490>

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>

Erdoğmu, N., & Esen, M. (2011). An investigation of the effects of technology readiness on technology acceptance in e-HRM. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 487–495. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.131>

Kuo, K. M., Liu, C. F., & Ma, C. C. (2013). An investigation of the effect of nurses'

technology readiness on the acceptance of mobile electronic medical record systems. *BMC Med Inform Decis.*, 13(8), 1–14. <https://doi.org/10.1186/1472-6947-13-88>

Liljander, V., Gillberg, F., Gummerus, J., & van Riel, A. (2006). Technology readiness and the evaluation and adoption of self-service technologies. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(3), 177–191. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2005.08.004>

Lin, C. H., Shih, H. Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: The TRAM model. *Psychology and Marketing*, 24(7), 641–657. <https://doi.org/10.1002/mar.20177>

Lin, J. C., & Chang, H. (2011). The role of technology readiness in self- service technology acceptance. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 424–444. <https://doi.org/10.1108/09604521111146289>

Lin, J. S. C., & Hsieh, P. L. (2007). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1597–1615. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.07.006>

Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Bitner, M. J., & Roundtree, R. (2003). The influence of technology anxiety on consumer use and experiences with self-service technologies. *Journal of Business Research*, 56(11), 899–906. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00276-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00276-4)

Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307–320. <https://doi.org/10.1177/109467050024001>

Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/APJBA-10-2014-0119>

Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>

Shin, S., & Lee, W. J. (2014). The effects of technology readiness and technology acceptance on NFC mobile payment services in Korea. *Journal of Applied Business Research*, 30(6), 1615–1626.

Upadhyay, P., & Jahanyan, S. (2016). Analyzing user perspective on the factors affecting use intention of mobile based transfer payment. *Internet Research*, 26(1), 38–56. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2014-0143>

Venkatesh, V., & Fred D. Davis. (2000). Theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies., 186–204.

Walczuch, R., Lemmink, J., & Streukens, S. (2007). The effect of service employees' technology readiness on technology acceptance. *Information and Management*, 44(2), 206–215. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.12.005>