

Analisis Perbandingan User Experience pada Aplikasi E-wallet menggunakan Metode UTAUT dan EUCS (Studi Kasus : Dana dan OVO)

Atio Ramona Sitanggang, Dinda Lestarini, Sarifah Putri Raflesia, Ahmad Rifai, Dinna Yunika Hardiyanti, Hardini Novianti, Mira Afrina, Ghita Athalina
Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya
e-mail: atiositanggang28@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan teknologi telah menjangkau bidang finansial diantaranya perkembangan instrumen pembayaran. Metode pembayaran di Indonesia dimulai dengan sistem barter, diikuti penemuan koin kemudian uang berbasis kertas hingga perkembangan teknologi memperkenalkan sistem pembayaran e-payment atau tanpa uang tunai, seperti dompet digital (e-wallet). Di antara jenis-jenis layanan e-wallet saat ini, aplikasi DANA dan OVO menjadi aplikasi yang memiliki jumlah pengguna aktif yang cukup konsisten setiap bulannya dan berada di posisi tiga besar. Persaingan yang pesat mengakibatkan perusahaan terus berusaha meningkatkan masing-masing fitur layanan pada aplikasi sebab kesuksesan aplikasi bergantung pada kepuasan user terhadap teknologi yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan user experience, tingkat kesuksesan dan faktor-faktor yang mempengaruhi application performance antara aplikasi DANA dan OVO. Metode yang digunakan yaitu gabungan dari Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dengan tiga variabel dan End User Computing Satisfaction (EUCS) dengan 5 variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DANA lebih unggul dimana terdapat delapan hipotesis yang diterima dari sembilan hipotesis yang diajukan. Sementara itu, hanya enam hipotesis yang diterima dari aplikasi OVO. Secara keseluruhan aplikasi DANA unggul dalam dua indikator apabila dibandingkan dengan aplikasi OVO. Hipotesis yang ditolak dapatkan menjadi indikator usulan kepada pihak perusahaan untuk meningkatkan layanan yang diberikan.

Abstract

Technological growth has reached the financial sector, including the development of payment instruments. Payment methods in Indonesia started with a barter system, followed by the discovery of coins and then paper-based money until technological developments introduced e-payment or cashless payment systems, such as digital wallets (e-wallets). Among the current types of e-wallet services, the DANA and OVO are the applications that have a fairly consistent number of active users every month and are in the top three positions. Rapid competition causes companies to improve each service feature in the application continuously because the success of the application depends on user satisfaction with the technology provided. This research aims to determine the comparison of user experience, success rate and factors that influence application performance between the DANA and OVO applications. The method used is a combination of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) with three variables and End User Computing Satisfaction (EUCS) with 5 variables. The research results show that DANA is superior where there are eight hypotheses accepted out of the nine hypotheses proposed. Meanwhile, only six hypotheses were accepted from the OVO application. Overall the DANA application is superior in two indicators when compared to the OVO application. The rejected hypothesis becomes an indicator for proposals to the company to improve the services provided.

Keywords: User Experience, E-Wallet, Application Performance, UTAUT, EUCS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah menjangkau berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aspek finansial. Salah satu contoh yang baik adalah pengembangan instrumen pembayaran. Seperti di negara-negara lain, metode pembayaran di Indonesia dimulai dengan sistem barter [1], diikuti oleh penemuan koin dan kemudian uang berbasis kertas. Uang kertas pertama yang dimiliki Indonesia dirancang pada tahun 1949 setelah kemerdekaan Indonesia. Setelah itu, sistem pembayaran terus berkembang dengan inovasi yang lebih canggih. Saat ini, perkembangan teknologi yang berperan adalah bentuk sistem pembayaran elektronik (e-payment) juga dikenal sebagai sistem pembayaran tanpa uang tunai [2]. Banyak lembaga yang terlibat dalam pengembangan dan administrasi sistem pembayaran di Indonesia. E- payment membutuhkan koneksi internet untuk proses penggunaannya[3], mirip dengan sistem elektronik lainnya seperti perbankan elektronik (e-banking), belanja elektronik (e-shopping), atau pembelajaran elektronik (e-learning). E-payment sendiri dikategorikan menjadi beberapa jenis, antara lain kartu kredit, dompet digital (e-wallet), uang elektronik, sistem pengecekan digital dan sistem pembayaran nirkabel.

Menurut Bank Indonesia, penggunaan uang kertas sebagai pembayaran tradisional telah menurun 30% selama empat tahun terakhir sementara penggunaan instrumen pembayaran elektronik telah meningkat selama sepuluh tahun terakhir. Penggunaan uang tunai dengan pecahan lebih kecil dari Rp 50.000 juga mengalami penurunan. Pada tahun 2018, nilai transaksi meningkat sebesar 22% dengan 99% diantaranya terkait dengan sistem pembayaran elektronik dan sisanya terkait keuangan pribadi dan keuangan bisnis. Di China, negara terpadat di dunia dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi, e-wallet telah menjadi instrumen keuangan utama [4]. Pada tahun 2018, 56,1% transaksi keuangan yang dilakukan oleh orang-orang Tiongkok dilakukan melalui layanan e-wallet. Begitu juga di Indonesia, e-wallet menjadi sistem pembayaran elektronik yang paling umum diadopsi. Berdasarkan riset Neurosensum Indonesia (Cakti:2020) sebelum pandemi COVID-19, penggunaan e-wallet hanya berkisar 10%, namun sepanjang tahun 2020 mencapai 44%, bahkan diprediksi akan terus meningkat. Riset terbaru InsightAsia bertajuk “Consistency That Leads : 2023 E-Wallet Industry Outlook” menunjukkan bahwa e-wallet menjadi metode pembayaran yang dipilih masyarakat dibandingkan pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan e-wallet untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Bahkan beberapa penelitian mengungkapkan bahwa mahasiswa zaman sekarang ini lebih memilih e-wallet ketika membayar makanan, minuman, pakaian dan kebutuhan transaksi lainnya.

Ada banyak penyedia layanan e-wallet di Indonesia mulai dari perusahaan besar, lembaga bank, hingga start-up digital [5] . Menurut survei Ipsos di Asia Tenggara (Kurniawan : 2022) menemukan lima aplikasi e-wallet yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia, yakni aplikasi DANA, OVO, GoPay, ShopeePay dan LinkAja. Di antara jenis-jenis aplikasi e-wallet saat ini, aplikasi DANA dan OVO menjadi aplikasi e-wallet dengan pengguna aktif bulanan yang relatif stabil dan berada di tiga peringkat besar.

DANA sebagai aplikasi e-wallet pendatang baru menunjukkan kegigihannya untuk menjadi pioner e-wallet di Indonesia[6]. Dengan menawarkan berbagai fitur, beragam promo dan pinjaman paylater menjadikan aplikasi ini memiliki pengguna yang cukup tinggi. Begitu juga dengan OVO, aplikasi e-wallet yang tren-nya semakin melesat di kalangan milenial. Selain terkesan modern, aplikasi ini juga bekerja sama dengan banyak merchant dan memberikan pengguna kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan OVO Points. DANA dan OVO sebagai aplikasi e-wallet memiliki fitur dan fasilitas yang hampir sama serta sudah mendapatkan izin beroperasi dari pihak Bank Indonesia. Namun dikarenakan persaingan di pasar semakin meningkat maka mendorong perusahaan untuk meningkatkan fitur layanan, dan berbagai promo lainnya. Kesuksesan kedua aplikasi ini yang menarik perhatian pengguna digambarkan dengan jumlah pengguna yang mengunduh aplikasi di Playstore. Per Agustus 2023, aplikasi DANA telah di download lebih dari 100 juta kali, sedangkan aplikasi OVO telah di download lebih dari 50 juta kali.

Keberhasilan aplikasi tidak terlepas dari kepuasan dan penerimaan di antara penggunaanya terhadap teknologi yang diberikan [7], [8]. Jika aplikasi memiliki kelebihan pasti ada celah kelemahan pada aplikasi. Hal ini menjadi alasan dalam penulisan penelitian ini, yaitu mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna ditinjau dari user experience terhadap masing-masing aplikasi. Beragam jurnal dan skripsi telah ditelaah untuk mengetahui minat dan kepuasan pengguna terhadap teknologi, metode gabungan dari Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan End User Computing Satisfaction (EUCS) dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk mengidentifikasi dan membandingkan user experience terhadap masing-masing aplikasi. Metode UTAUT akan mengukur niat terhadap penggunaan aplikasi (behavioral Intention) dengan tiga variabel, yaitu performance expectancy, effort expectancy dan social influence. Sedangkan metode EUCS akan menekankan kepuasan pengguna dengan melihat beberapa aspek, yaitu menggunakan lima variabel yaitu content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness.

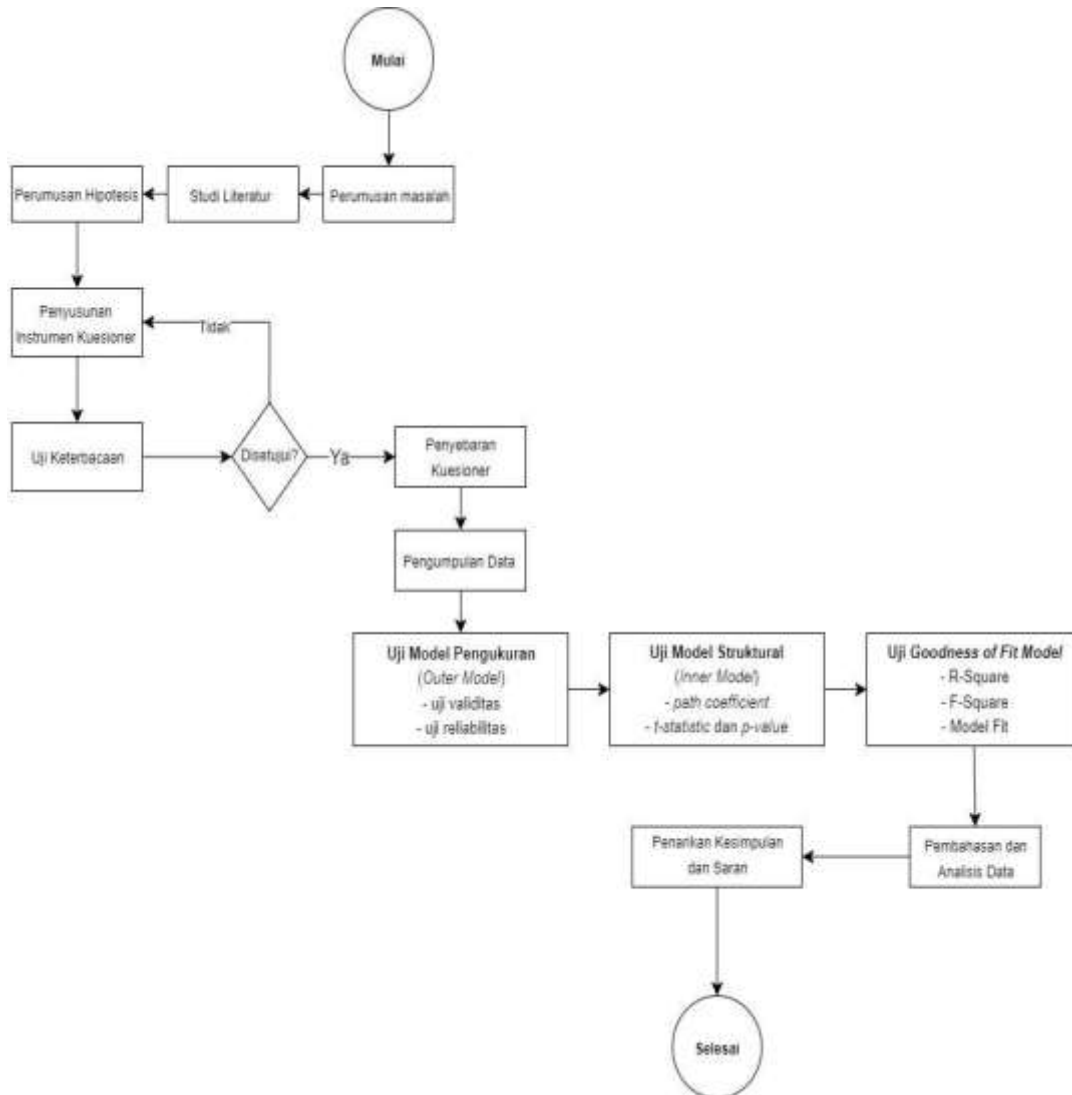
2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada pengukuran data statistik dengan menggunakan kuesioner sebagai media untuk mengumpulkan data dari responden. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini digambarkan secara ringkas pada gambar 1.

2.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian tugas akhir ini yang menjadi objek penelitian adalah aplikasi e-wallet DANA dan OVO. Pada aplikasi e-wallet ini, penulis akan menganalisis perbandingan user experience pada masing-masing aplikasi. Berdasarkan sudut pandang responden maka akan diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan kesuksesan application performance dari masing-masing aplikasi. Sehingga penulis dapat menentukan komponen mana saja yang memiliki keunggulan untuk dapat dipertahankan dan komponen mana saja yang perlu diperbaiki dan

ditingkatkan lagi. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 300 responden dimana kuesioner disebarakan menggunakan google form.

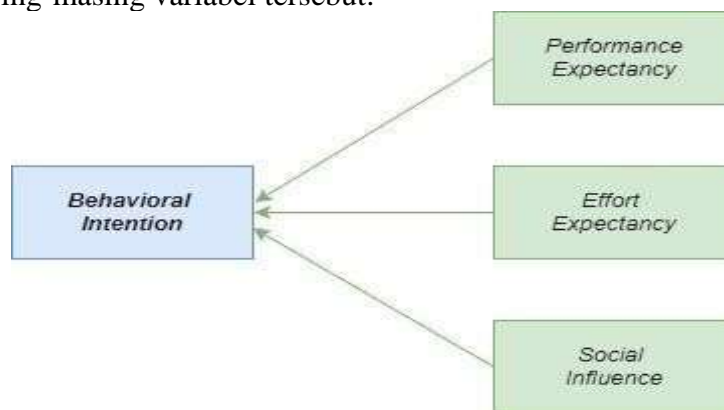


Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi oleh Vankatesh, et al. (2003). Model ini dikombinasikan dengan delapan model penerimaan teknologi lainnya, diantaranya TRA, TAM, TPB, kombinasi TAM dan TPB, SCT, DTPU dan MPCU (dikutip oleh Helyawati, 2013).

Pada model UTAUT terdapat empat determinan yang menjadi faktor utama yang bersifat signifikan terhadap penerimaan maupun penggunaan teknologi yakni, performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions [9], [10]. Masing-masing determinan kemudian akan mempengaruhi behavioral intention kecuali facilitating conditions. Behavioral Intention merupakan kemungkinan yang dirasakan seseorang (pengguna) bahwa pengguna tersebut terlibat dalam perilaku yang diberikan. Behavioral intention dapat didefinisikan sebagai tingkat ketiatan pengguna dan sejauh mana rencana pengguna untuk tetap menggunakan sistem [11], [12]. Terdapat dua variabel yang digunakan yaitu, penggunaan sehari-hari dan penggunaan di masa akan datang. Seperti digambarkan pada gambar 2, pada penelitian ini akan digunakan tiga determinan, yaitu variabel yang berpengaruh terhadap behavioral intention. Berikut penjelasan masing-masing variabel tersebut:



Gambar 2. Model UTAUT

1. Performance Expectancy

Performance Expectancy merupakan ekspektasi kinerja yang memiliki definisi sebagai tingkatan seberapa tinggi pengguna menyakini bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia mencapai keuntungan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Terdapat tiga variabel yang digunakan yakni, usefulness, quickness, dan productivity. Usefulness berarti manfaat yang diperoleh, quickness yaitu tingkatan sistem mempercepat pekerjaan. Sedangkan productivity sebagai tingkat produktifitas terkait pekerjaan ketika menggunakan sistem.

2. Effort Expectancy

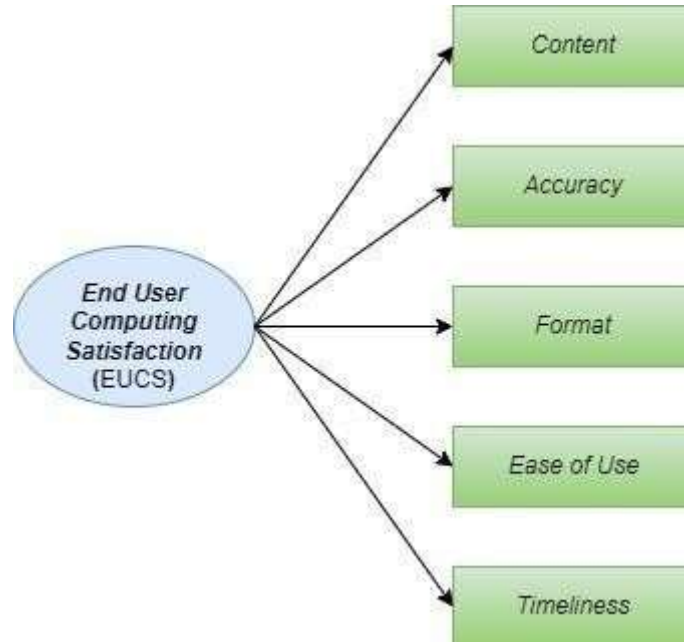
Effort Expectancy atau ekspektasi usaha merupakan upaya terkait yang dialami seseorang dalam menggunakan sistem. Terdapat dua variabel yang digunakan yakni, complexity dan ease of use. Complexity menggambar seberapa rumit sistem ataupun teknologi digunakan. Sedangkan ease of use didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem.

3. Social Influence

Social Influence atau disebut dengan pengaruh sosial dapat didefinisikan sebagai tingkatan seseorang merasa bahwa sistem atau teknologi ini penting, dan sejauh mana orang tersebut merekomendasikan terhadap orang lain [11], [13]. Pada determinan ini, terdapat dua variabel, yakni social factor dan subjective norm. Definisi social factor yaitu, berkaitan dengan pengaruh orang yang ada di sekitar pengguna dalam penggunaan sistem. Sedangkan subjective norm yaitu, pengaruh orang penting yang berhubungan dengan pengguna terhadap pemakaian sistem.

2.3. End User Computing Satisfaction (EUCS)

End User Computing Satisfaction (EUCS) merupakan model evaluasi sistem yang dikembangkan oleh Doll & Torzadeh. EUCS memiliki definisi sebagai metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem atau teknologi dengan cara membandingkan harapan dan kenyataan dari sistem tersebut [14], [15], [16]. Menurut Doll & Torzadeh (1988, 1991:2) EUCS adalah evaluasi secara keseluruhan dari para pengguna sistem informasi berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan sistem tersebut. Evaluasi pada model ini lebih menekankan kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem atau teknologi. Variabel yang digunakan dalam evaluasi model ini dapat dilihat pada gambar 3. Berikut penjelasan untuk masing-masing variabel:



Gambar 3. Model EUCS

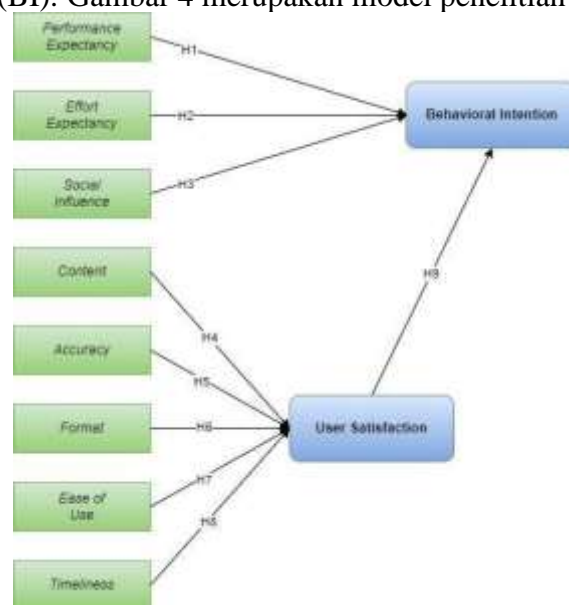
1. Content (konten), digunakan dalam mengukur keberhasilan sistem dalam menghasilkan informasi yang tepat dan sesuai dengan permintaan pengguna. Semakin

lengkap isi dan informasi yang dibutuhkan pengguna maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi.

2. Accuracy (keakuratan), digunakan untuk mengukur keberhasilan sistem menerima input dan mengolah data menjadi informasi. Keakuratan sistem dapat dinilai melalui tingkat terjadinya error atau hasil output yang salah dalam proses pengolahan data.
3. Format (tampilan), digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna melalui sisi estetika antar muka, format laporan atau informasi yang ditampilkan sistem menarik atau tidak.
4. Ease of Use (kemudahan pengguna), digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dari sisi user-friendly sistem, mudah atau susah untuk digunakan.
5. Timeliness (ketepatan), digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna melalui durasi dan ketepatan sistem ketika menyajikan data dan informasi yang dibutuhkan pengguna.

2.4. Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini untuk menganalisis perbandingan user experience pada aplikasi DANA dan OVO, penulis menggunakan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan End User Computing Satisfaction (EUCS). Dalam metode UTAUT, ada 3 variabel yang dibutuhkan yakni, performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), dan social influence (SI) yang berpengaruh terhadap variabel behavioral intention (BI). Sedangkan metode EUCS ada 5 variabel yang dibutuhkan yakni, content (C), accuracy (A), format (F), ease of use (EU), dan timeliness (T) yang berpengaruh pada variabel user satisfaction (US). Kemudian metode UTAUT dan EUCS digabungkan melalui variabel user satisfaction (US) yang berpengaruh terhadap variabel behavioral intention (BI). Gambar 4 merupakan model penelitian yang digunakan.



Gambar 4. Model Penelitian

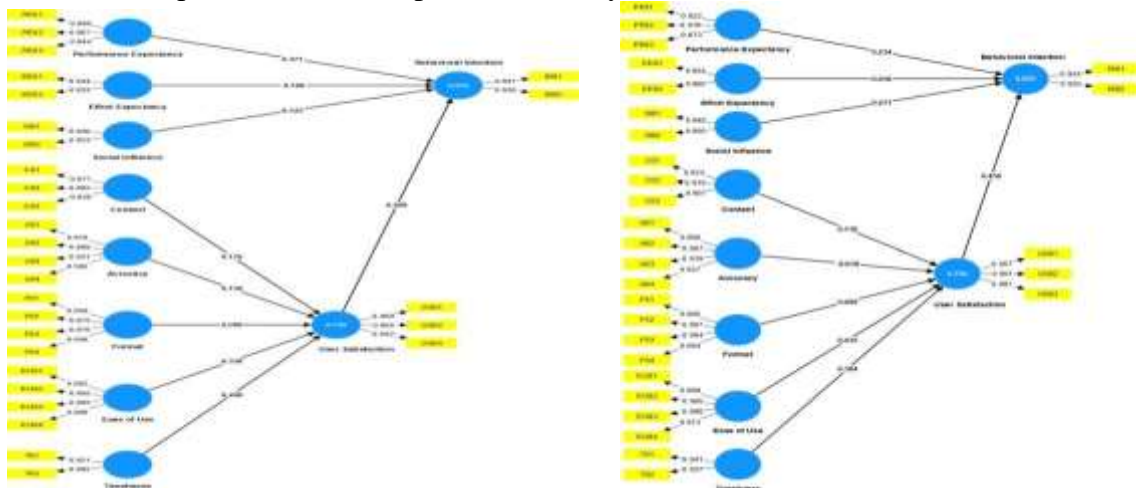
Berdasarkan variabel yang telah ditentukan diatas, maka perumusan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Performance Expectancy (PE) berpengaruh pada Behavioral Intention (BI).
- H2 : Effort Expectancy (EE) berpengaruh pada Behavioral Intention (BI).
- H3 : Social Influence (SI) berpengaruh pada Behavioral Intention (BI).
- H4 : Content (C) berpengaruh pada User Satisfaction (US).
- H5 : Accuracy (A) berpengaruh pada User Satisfaction (US).
- H6 : Format (F) berpengaruh pada User Satisfaction (US).
- H7 : Ease of Use (EU) berpengaruh pada User Satisfaction (US).
- H8 : Timeliness (T) berpengaruh pada User Satisfaction (US).
- H9 : User Satisfaction (US) berpengaruh pada Behavioral Intention (BI).

3. HASIL DAN DISKUSI

3.1. Pengujian Model Pengukuran

Outer model ini menggunakan analisis PLS algorithm pada SmartPLS untuk mengetahui validitas dan reliabilitas data. Berikut dari outer model aplikasi DANA dan OVO dapat dilihat pada gambar 5. Berdasarkan gambar 5, hasil outer model aplikasi DANA dan OVO menyatakan bahwa seluruh indikator pada variabel penelitian terbukti valid karena memenuhi syarat validitas konvergen dan validitas diskriminan dengan nilai $\geq 0,5$. Hasil pengukuran tersebut juga dinyatakan reliabel karena memenuhi syarat cronbach's alpha $\geq 0,6$ dan composite reliability $\geq 0,7$.

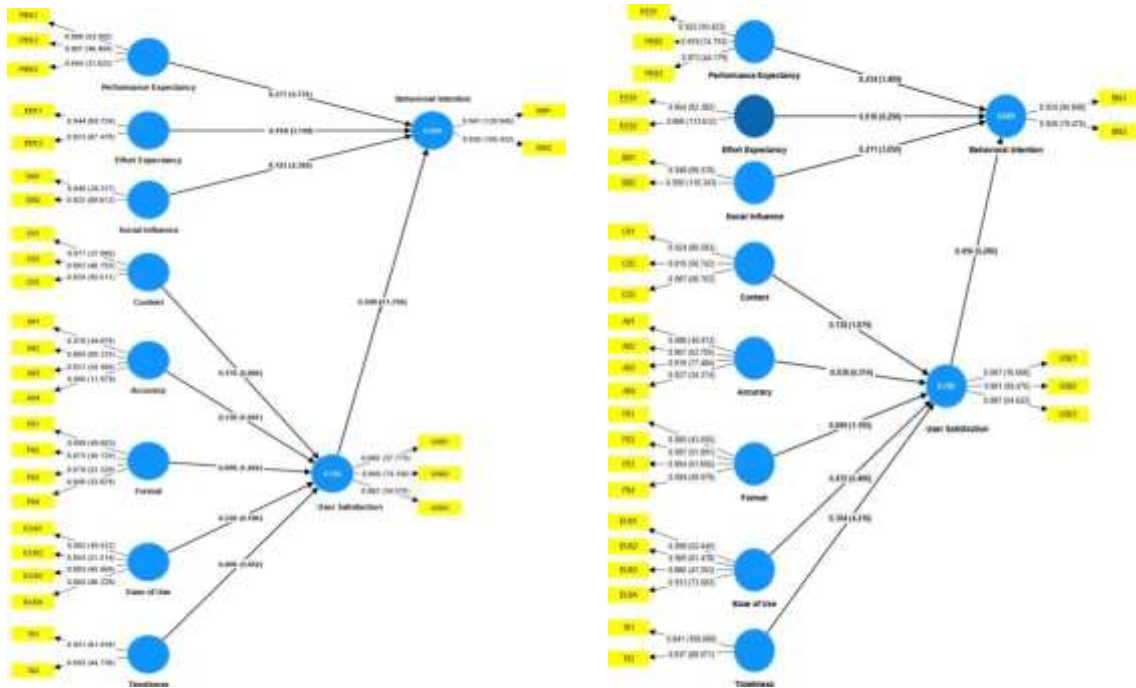


Gambar 5. Hasil Outer Model Aplikasi (a) DANA dan (b) OVO

4.2. Pengujian Model Struktural

Pada tahap uji model struktural (inner model) dalam penelitian ini digunakan cara metode Bootstrapping pada SmartPLS yang bertujuan untuk memperlihatkan tingkat

pengaruh antar variabel laten atau konstruk. Gambar 6 merupakan hasil gambar dari inner model aplikasi DANA dan OVO.



Gambar 7. Hasil Inner Model Aplikasi (a) DANA dan (b) OVO

3.2.1. Path Coefficient

Path Coefficient atau koefisien jalur digunakan untuk mengetahui nilai jalur pada setiap indikator. Nilai koefisien jalur dinyatakan berpengaruh terhadap indikator penelitian apabila $\geq 0,1$. Tabel 1 menunjukkan hasil analisis path coefficient pada aplikasi DANA dan OVO. Pada aplikasi DANA, terdapat 7 (tujuh) hasil path coefficient dinyatakan berpengaruh dan 2 (dua) hasil path coefficient dinyatakan tidak berpengaruh. Sementara pada aplikasi OVO, terdapat 6 (enam) hasil path coefficient dinyatakan berpengaruh dan 3 (tiga) hasil path coefficient dinyatakan tidak berpengaruh.

Tabel 1. Hasil Analisis Path Coefficient

Variabel Latent	DANA		OVO	
	Path Coefficient	Keterangan	Path Coefficient	Keterangan
PE – BI	0,377	Berpengaruh	0,234	Berpengaruh
EE – BI	- 0,196	Tidak Berpengaruh	0,018	Tidak Berpengaruh
SI – BI	0,123	Berpengaruh	0,211	Berpengaruh
C – US	0,176	Berpengaruh	0,138	Berpengaruh
A – US	0,138	Berpengaruh	- 0,038	Tidak Berpengaruh
F – US	0,098	Tidak Berpengaruh	0,099	Tidak Berpengaruh

EU – US	0,338	Berpengaruh	0,435	Berpengaruh
T – US	0,208	Berpengaruh	0,304	Berpengaruh
US – BI	0,598	Berpengaruh	0,456	Berpengaruh

3.2.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai p-value. Hipotesis diterima jika nilai p-value kurang dari 0,05. Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian hipotesis aplikasi DANA dan OVO.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	DANA		OVO	
	P-Value	Keterangan	P-Value	Keterangan
H1 : PE – BI	0,000	Diterima	0,000	Diterima
H2 : EE – BI	0,001	Diterima	0,386	Ditolak
H3 : SI – BI	0,009	Diterima	0,001	Diterima
H4 : C – US	0,002	Diterima	0,030	Diterima
H5 : A – US	0,023	Diterima	0,303	Ditolak
H6 : F – US	0,073	Ditolak	0,116	Ditolak
H7 : EU – US	0,000	Diterima	0,000	Diterima
H8 : T – US	0,000	Diterima	0,000	Diterima
H9 : US – BI	0,000	Diterima	0,000	Diterima

Pada tabel 2, ditunjukkan bahwa 8 (delapan) hubungan variabel diterima dan terdapat 1 (satu) hubungan variabel yang ditolak untuk aplikasi DANA. Hipotesis yang ditolak adalah H6 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Format tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel User Satisfaction. Ini menjelaskan bahwa user aplikasi DANA kurang merasa puas terhadap tampilan, warna, tata letak dan jenis font yang digunakan oleh aplikasi tersebut.

Sementara itu, untuk aplikasi OVO terdapat 3 hipotesis yang ditolak, yaitu H2, H5 dan H6. H2 yang ditolak menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Effort Expectancy tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Behavioral Intention. Ini memperlihatkan bahwa user aplikasi OVO merasa kesulitan dalam menggunakan ataupun mempelajari aplikasi tersebut. Bisa jadi alur interaksi aplikasi OVO dengan user kurang jelas dimengerti. Sementara penolakan terhadap H5 menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Accuracy tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel User Satisfaction. Ini menunjukkan bahwa user aplikasi OVO merasa kurang puas terhadap keakuratan data ataupun masing-masing fitur aplikasi ini, serta sering ditemukan terjadinya error atau bug. Terakhir, penolakan terhadap H6 menunjukkan bahwa korelasi antara variabel Format tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel User Satisfaction. Ini menyatakan bahwa user aplikasi OVO merasa kurang puas terhadap tampilan, warna, tata letak dan jenis font yang ditetapkan oleh aplikasi tersebut.

3.3. Diskusi

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa aplikasi DANA memiliki kinerja yang lebih unggul jika dibandingkan OVO. Hal tersebut juga didukung oleh data yang terdapat pada playstore. Aplikasi DANA telah diunduh hingga 100 juta kali dengan jumlah ulasan mencapai 5 juta, dan rating 4.5 dari 5. Sementara itu, aplikasi OVO hanya mencapai 50 juta kali download, 1 juta ulasan, dan rating 4.2 dari 5. Apabila ditelusuri berdasarkan tahun dirilis masing-masing aplikasi, OVO lebih dulu dirilis pada tanggal 9 Agustus 2016, dan DANA dirilis pada tanggal 28 September 2018. Terdapat selisih 2 tahun perilisannya namun aplikasi OVO tetap diungguli oleh aplikasi DANA.

Kepuasan user terhadap aplikasi secara keseluruhan dinilai dari kinerja aplikasi. Melalui performa aplikasi dapat dipastikan apakah kinerjanya sudah sesuai standar dan mengetahui masalah dalam aplikasi yang mempengaruhi kenyamanan user. Tabel 3 menunjukkan perbandingan kualitas performa aplikasi DANA dan OVO. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja aplikasi DANA unggul pada 2 (dua) indikator yaitu accuracy – user satisfaction dan effort expectancy – behavioral intention dibandingkan dengan aplikasi OVO.

Tabel 3. Perbandingan Kinerja Aplikasi DANA dan OVO

Indikator Performa Aplikasi	DANA	OVO	Keterangan
Accuracy – User Satisfaction	√	×	Performa DANA unggul
Content – User Satisfaction	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul
Ease of Use – User Satisfaction	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul
Format – User Satisfaction	×	×	Performa DANA dan OVO ditolak
Effort Expectancy – Behavioral Intention	√	×	Performa DANA unggul
Performance Expectancy – Behavioral Intention	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul
Social Influence – Behavioral Intention	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul
Timeliness – User Satisfaction	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul
User Satisfaction – Behavioral Intention	√	√	Performa DANA dan OVO setara unggul

Apabila dilihat dari indikator penelitian yang menjadi kendala bagi user aplikasi DANA itu bagian variabel format–user satisfaction, yaitu tampilan, warna, tata letak dan jenis font yang kurang sesuai dengan harapan user. Oleh karena itu, disarankan bagi pihak DANA untuk memberikan opsi kustomisasi kepada user agar dapat menyesuaikan tampilan, warna, atau jenis font yang user sukai. Ini memberi user kontrol lebih besar atas pengalaman pengguna mereka sendiri dan dapat meningkatkan kepuasan mereka

terhadap aplikasi. Saran selanjutnya, melakukan pengujian A/B untuk mengetahui mana yang lebih disukai oleh user, antara desain yang sudah ada dengan desain alternatif yang diusulkan. Dengan cara ini, pihak DANA dapat mengambil keputusan berdasarkan data tentang perubahan apa yang dapat meningkatkan kepuasan user. Mengumpulkan umpan balik dari user juga dapat menjadi solusi bagi pihak DANA. Ini bisa dilakukan melalui survei, ulasan di toko aplikasi, atau fitur umpan balik langsung di dalam aplikasi. Selanjutnya melibatkan desainer profesional dan analisis desain kompetitor, pihak DANA dapat melakukan analisis mendalam terhadap desain aplikasi dari pesaing-pesaing lain dalam industri pembayaran digital. Dengan memahami tren desain terkini dan apa yang disukai oleh user di aplikasi sejenis, maka pihak DANA dapat memperbaiki tampilan aplikasi sesuai dengan preferensi user.

Usulan terbaru yang dapat dilakukan oleh pihak aplikasi DANA adalah dengan melakukan upgrade terkait informasi adanya program promo, pemberlakuan cashback, serta event potongan harga yang dijalankan di beberapa merchant. Aplikasi DANA diharapkan menambahkan fitur notifikasi ketika adanya informasi terbaru terhadap pengguna aplikasi. Hal ini sangat penting ditingkatkan agar user dapat menerima informasi terkini untuk mengikuti event-event yang dilaksanakan.

Sementara itu, Aplikasi OVO memiliki 3 (tiga) indikator yang membuat user kurang merasa puas dengan performa kinerjanya di dalam penelitian ini. Indikator pertama yaitu, accuracy – user satisfaction dimana user kurang puas terhadap keakuratan data ataupun masing-masing fitur aplikasi ini, serta sering ditemukan terjadinya error atau bug. Ada waktu-waktu tertentu aplikasi ini mengalami gangguan layanan atau maintenance. Ini merupakan bentuk kegagalan performa kinerja aplikasi yang dinilai memperlambat transaksi yang dilakukan oleh user. Sehingga pihak aplikasi OVO disarankan melakukan pembaharuan perangkat lunak secara teratur untuk memperbaiki bug, meningkatkan keamanan, dan menambahkan fitur baru. Pembaruan ini juga harus memperhatikan umpan balik user agar memastikan bahwa masalah yang diidentifikasi oleh user teratasi. Pihak OVO harus melakukan monitoring dan analisis, memantau kinerja aplikasi untuk mengidentifikasi pola error atau bug yang mungkin muncul secara berkala. Dengan demikian pihak OVO dapat mengambil tindakan pencegahan yang diperlukan sebelum masalah tersebut mempengaruhi banyak user. Bila perlu pihak OVO dapat mempertimbangkan untuk meluncurkan program bug bounty yang memberikan insentif kepada peneliti keamanan independen untuk melaporkan bug atau celah keamanan yang peneliti temukan dalam aplikasi. Ini dapat membantu pihak OVO menemukan dan memperbaiki bug dengan lebih cepat. Selain itu, pihak OVO juga bisa menyediakan fitur pelaporan bug yang mudah diakses dalam aplikasi. User harus dapat dengan mudah melaporkan masalah yang mereka temui sehingga tim pengembangan aplikasi OVO dapat segera menanganinya.

Indikator kedua yaitu format – user satisfaction, user aplikasi OVO merasa kurang puas terhadap tampilan, warna, tata letak dan jenis font yang ditetapkan oleh aplikasi tersebut. Sama dengan kendala yang terjadi pada aplikasi DANA, pihak aplikasi OVO dapat secara aktif mengumpulkan umpan balik dari user tentang aspek yang kurang memuaskan bagi mereka. Hal ini dilakukan melalui survei, formulir umpan balik di dalam aplikasi, atau melalui saluran media sosial. Tim desain dan pengembangan OVO harus

secara teratur meninjau umpan balik user dan melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap tampilan, warna, tata letak, dan jenis font sesuai dengan preferensi user. Memberikan opsi kustomisasi kepada user juga menjadi solusi, dimana user dapat menyesuaikan tampilan, warna, dan jenis font sesuai dengan preferensi masing-masing. Ini akan meningkatkan kepuasan user dengan memberi mereka kontrol lebih besar atas pengalaman pengguna mereka.

Kemudian, indikator terakhir yaitu effort expectancy – behavioral intention. User aplikasi OVO merasa kesulitan dalam menggunakan ataupun mempelajari aplikasi tersebut. Bisa jadi alur interaksi aplikasi OVO dengan user kurang jelas dimengerti. Beberapa solusi yang dapat dilakukan oleh pihak OVO, yaitu menyediakan layanan Customer Support yang responsif melalui berbagai saluran komunikasi misalnya email, telepon, obrolan langsung, atau media sosial lainnya. Sehingga pengguna yang mengalami kesulitan dapat dengan cepat mendapatkan bantuan. Pihak OVO juga bisa menyediakan panduan lengkap dan tutorial yang mudah dipahami untuk user baru maupun user yang telah menggunakan aplikasi OVO. Panduan harus mencakup langkah-langkah dasar dalam menggunakan fitur-fitur utama aplikasi dan solusi untuk masalah umum yang mungkin muncul. Bahkan dianjurkan pihak aplikasi OVO dapat melakukan upaya edukasi untuk membantu user memahami fitur-fitur dan keuntungan menggunakan aplikasi mereka. Proses ini bisa melalui kampanye pemasaran, webinar, atau konten edukatif di situs web atau aplikasi OVO itu sendiri. Saran baik lainnya berupa rekomendasi bagi pihak aplikasi OVO untuk menjalin kemitraan dengan penyedia layanan pelatihan atau konsultan keuangan untuk menyediakan bantuan tambahan kepada user yang mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi mereka, atau pihak OVO dapat memberdayakan user dengan menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan mereka mengelola dan memantau aktivitas keuangan mereka dengan lebih baik, seperti laporan transaksi yang detail, peringatan pembayaran, atau alat perencanaan keuangan.

4. CONCLUSION

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa dari perbandingan user experience e-wallet DANA lebih unggul pada 2 indikator jika dibandingkan dengan OVO, yaitu indikator accuracy–user satisfaction (A–US) dan effort expectancy–behavioral intention (EE–BI). Pada aplikasi DANA terdapat satu indikator yang ditolak yaitu, format–user satisfaction (F–US) sehingga disarankan kepada pihak aplikasi DANA untuk mengupgrade desain dan tampilan aplikasi yang lebih user friendly. Terdapat 8 (delapan) indikator yang diterima, yaitu performance expectancy–behavioral intention (PE–BI), effort expectancy–behavioral intention (EE–BI), social influence–behavioral intention (SI–BI), content–user satisfaction (C–US), accuracy–user satisfaction (A–US), ease of use–user satisfaction (EU–US), timeliness–user satisfaction (T–US), dan user satisfaction–behavioral intention (US–BI).

Sementara itu, pada aplikasi OVO terdapat 3 (tiga) indikator yang ditolak, yaitu effort expectancy–behavioral intention (EE–BI), accuracy–user satisfaction (A–US), dan format–user satisfaction (F–US). Ketiga indikator ini diharapkan dapat diperbaharui khusus oleh pihak aplikasi OVO demi kepuasan dan kenyamanan user. Indikator yang

diterima, yaitu performance expectancy–behavioral intention (PE–BI), social influence–behavioral intention (SI–BI), content–user satisfaction (C–US), ease of use–user satisfaction (EU–US), timeliness–user satisfaction (T–US), dan user satisfaction–behavioral intention (US–BI).

REFERENCES

- [1] E. Saputr, “DAMPAK CRYPTOCURRENCY TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA,” 2018. [Online]. Available: <https://telset.id/189479/ini-10-prediksi->
- [2] J. Al Qardh, J. Tarantang, A. Awwaliyah, M. Astuti, and M. Munawaroh, “PERKEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA,” 2019.
- [3] O. Rizki, A. Subekti, and R. W. Pahlevi, “PENGARUH IMPLEMENTASI E-PAYMENT DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA USAHA PRODUK HOBI ALAT PANCING),” 2022. [Online]. Available: <http://bajangjournal.com/index.php/JEMBA>
- [4] N. N. Duy Phuong, L. T. Luan, V. Van Dong, and N. Le Nhat Khanh, “Examining customers’ continuance intentions towards e-wallet usage: The emergence of mobile payment acceptance in Vietnam,” *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 7, no. 9, pp. 505–516, 2020, doi: 10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.505.
- [5] A. S. Rabiah, M. Fahlevi, N. Juhandi, and P. Winarto, “HARUSKAH E-PAYMENT TRUST DITERAPKAN E-COMMERCE SEBAGAI FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN?,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, vol. 9, no. 7, p. 2724, Jul. 2020, doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p13.
- [6] D. Valencia and A. Junaidi, “Pengaruh Pesan Iklan Televisi ‘Dana App-Dompot Digital Indonesia 60s (2018)’ terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana,” 2018. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190815104730-37->
- [7] H. Islam, L. Soumia, M. Rana, J. B. Madavarapu, and S. Saha, “Nexus between perception, purpose of use, technical challenges and satisfaction for mobile financial services: theory and empirical evidence from Bangladesh,” *Technological Sustainability*, vol. 3, no. 2, pp. 147–170, Apr. 2024, doi: 10.1108/TECHS-10-2023-0040.
- [8] M. Ghobakhloo, F. A. Aziz, and N. B. Zulkifli, “The interactive model of user information technology acceptance and satisfaction in small and medium-sized enterprises,” 2010. [Online]. Available: <http://www.eurojournals.com>
- [9] D. Yurisca Bernanda *et al.*, “ANALISIS SISTEM KRS ONLINE TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS XYZ MENGGUNAKAN METODE UTAUT,” 2019.
- [10] D. Andriyanto, Z. Baridwan, and I. Subekti, “Determinan penggunaan sistem akuntansi pemerintah desa: Analisis berperilaku menggunakan UTAUT,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 22, no. Oktober, pp. 313–344, 2019.
- [11] C. Euvenia, S. Rahayu, and F. Novika Widjaja, “Pengaruh Decision-Making Terhadap Behavioral Intention to Use Pada Pengguna YouTube.”
- [12] S. A. Maharani and E. Sundari, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust dan Security terhadap Behavioral Intention to Use BRI Mobile (Studi Kasus: pada Pengguna BRImo di Kota Pekanbaru),” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 18, no. 1, p. 161, Jan. 2024, doi: 10.35931/aq.v18i1.2975.
- [13] N. Bagus Prasasta Sudiatmika and I. Ayu Oka Martini, “FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT PELAKU UMKM KOTA DENPASAR MENGGUNAKAN QRIS,” *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, vol. 11, no. 3, pp. 239–254, Aug. 2022, doi: 10.29303/jmm.v11i3.735.

- [14] E. Marwati and D. Krisbiantoro, “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA WEB STUDENTS UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO MENGGUNAKAN METODE EUCS,” 2023.
- [15] F. Syammariyah Bawardi, A. Rachmadi, and N. H. Wardani, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Driver Ojek Online Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) (Studi Kasus: PT. XYZ),” 2019. [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [16] Y. Asni and D. Irfan, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DALAM PEMANFAATAN E-LEARNING PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN METODE END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS) DI SMK N 2 PARIAMAN,” *JAVIT: Jurnal Vokasi Informatika*, pp. 110–120, Mar. 2022, doi: 10.24036/javit.v2i1.75.