

Pengaruh Karakteristik Inovasi Aplikasi MPOSPAY terhadap Keputusan Adopsi

Effect of MPOSPAY Application Characteristics in Adoption Decisions

¹Ahmad Sudrajat, ²Udung Noor Rosyad

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹ahmadsudrajat999@gmail.com, ²udungnoorrosyad@unisba.ac.id

Abstract. The purpose of this research was to determine how much influence the innovation characteristics of MPOSPAY's online postal application on the postal service application user adoption decisions in Sukasari District, Bandung City. The characteristics of innovation are derived into five variables: relative advantage, compatibility, triability, and observability. The method used in this study is an explanative method using multiple linear formulas. Data collection techniques in the form of questionnaires distributed to respondents, namely postal service application users in Sukasari District, Bandung City. Respondents were determined through simple random sampling technique (SRS) with respondents totaling 144 respondents. The results of this study indicate that overall there is an influence of the characteristics of innovation on adoption decisions. There is an influence on the relative profit variable, complexity, and triability. Compatibility and observability variables have not been able to influence adoption decisions. The suggestion in this study is PT. POS INDONESIA (Persero) must maximize the relative advantage of the MPOSPAY application because the key to an innovation in the development of communication technology is the completeness of the features in the existing application content, the completeness of the information obtained by adoption, saving time and money, and facilitating postal service activities. maintaining a low level of complexity in order not to experience discontinuity, can maximize other factors such as communication channels, the need for advanced application development must maximize this in making an adoption decision on adoption decisions on MPOSPAY online postal application innovations.

Keywords: Diffusion, Inovation, Characteristic of Inovation, Adoption Decision.

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi aplikasi pos online MPOSPAY terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Karakteristik inovasi diturunkan menjadi lima variabel yaitu keuntungan relative, kompatibilitas, triabilitas, dan observabilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatif dengan menggunakan rumus linier berganda. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang di sebarakan kepada responden, yaitu pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Responden ditentukan melalui teknik simple random sampling (srs) dengan responden berjumlah 144 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh karakteristik inovasi terhaap keputusan adopsi. Terdapat pengaruh pada variabel keuntungan relatife, kompleksitas, dan triabilitas. Pada variabel kompatibilitas dan observabilitas belum dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan adopsi. Saran dalam penelitian ini adalah PT. POS INDONESIA (persero) harus memaksimalkan unsur keuntungan relatife aplikasi MPOSPAY karena kunci dari suatu inovasi perkembangan teknologi komunikasi yaitu kelengkapan fitur pada konten aplikasi yang ada, kelengkapan informasi yang di peroleh adopsi, lebih hemat waktu dan biaya, dan mempermudah melakukan kegiatan jasa pos. mempertahankan rendahnya tingkat kompleksitas agar tidak mengalami diskontinuansi, dapat memksimalkan faktor lain seperti saluran komunikasi, kebutuhan perkebmangan aplikasi yang semakin maju harus memaksimalkan hal tersebut dalam melakukan suatu keputusan adopsi terhadap keputusan adopsi terhadap inovasi aplikasi pos online MPOSPAY.

Kata Kunci: Difusi, Inovasi, Karakteristik inovasi, Keputusan Adopsi

A. Pendahuluan

Salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang masih berdiri dan bekembang adalah PT Pos Indonesia. sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan surat dan paket, jasa keuangan, integrasi logistik dan ritel. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan

terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan (persero).

Setiap penyelenggara jasa perposan baik BUMN, BUMD ataupun koperasi dan swasta lainnya memiliki peluang yang sama dalam hal penyelenggaraan jasa pos kepada masyarakat. Karena itu, penyelenggaraan jasa perposan saat ini bukan lagi sebagai utilitas publik atau khalayak, melainkan jasa komersial yang diperdagangkan.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), para penyelenggara jasa perposan semakin mengembangkan kualitas layanannya untuk memenuhi kebutuhan dan loyalitas konsumen dengan berbagai bentuk penawaran yang menarik.

Pelayanan PT Pos Indonesia terus ditingkatkan melalui teknologi. Bahkan perusahaan ini berkomitmen untuk selalu ada di manapun masyarakat berada, Peningkatan pelayanan berdasarkan teknologi ini, misalnya PT Pos membuat M-Pospay dan Galeripos.com, yakni program yang mendukung masyarakat pengguna dunia maya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi keuntungan relatif (*relative advantage*) aplikasi MPOSPAY.
2. Seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi kompatibilitas (*compatibility*) aplikasi MPOSPAY.
3. Seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi kompleksitas (*complexity*) aplikasi MPOSPAY.
4. Seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi triabilitas (*triability*) aplikasi MPOSPAY.
5. Seberapa besar pengaruh karakteristik inovasi observabilitas (*observability*) aplikasi MPOSPAY.

B. Landasan Teori

Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini adalah Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*) yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers. Difusi inovasi menjelaskan bagaimana peran komunikasi dalam menyampaikan ide-ide atau hal-hal baru kepada suatu sistem sosial. Adapun asumsi dasar dari teori difusi inovasi yang disampaikan oleh Rogers adalah sebagai berikut “*The characteristic of innovations, as perceived by individuals, help to explain their different rate of adoption*” atau dapat diartikan karakteristik inovasi yang dirasakan oleh individu akan menentukan tingkat adopsinya (Rogers, 1983:15).

Menurut Rogers, difusi didefinisikan sebagai “*the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*” (Rogers, 1983:5) atau dapat diartikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial. Difusi merupakan suatu proses bagaimana sebuah inovasi tersebar kepada suatu sistem sosial.

Teori difusi inovasi dan komunikasi, Teori difusi inovasi ini memiliki kaitan secara teoretis yang penting dengan riset efek komunikasi. Riset tersebut penekanannya memang tertuju pada efek komunikasi, kemampuan dari pesan media dan opini pemimpin dalam menciptakan pengetahuan dari gagasan baru yang meyakinkan target untuk mengadopsi pembaruan yang telah diperkenalkan. Riset difusi merupakan bagian dari riset komunikasi yang berkaitan dengan pengoperan gagasan-gagasan baru (Hanafi,

1987:23).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Untuk melihat hasil uji hipotesis yang telah dilakukan di atas, tabel di bawah ini merupakan keseluruhan dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan melalui uji statistik inferensial yakni menggunakan uji regresi berganda.

Uji regresi berganda yang dilakukan disesuaikan dengan keperluan seperti yang tercantum diidentifikasi masalah dan tujuan penelitian ini, yakni untuk mengetahui pengaruh X_1 (Keuntungan Relatif Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi), X_2 (Kompatibilitas Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi), X_3 (Kompleksitas Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi), X_4 (Triabilitas Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi), X_5 (Observabilitas Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi), dan X (Karakteristik Inovasi Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY) terhadap Y (Keputusan Adopsi).

Tabel 1. Tabel Hasil Uji Hipotesis Keseluruhan

No	Variabel	t hitung	t tabel	Sig. hitung	Sig. penelitian	Keputusan	Koefisien Determinasi
1	X_1 -Y	3,099	1,655	0,012	0,05	H_0 ditolak	69,3 %
2	X_2 -Y	0,306	1,655	0,760	0,05	H_1 ditolak	
3	X_3 -Y	4,940	1,655	0,000	0,05	H_0 ditolak	
4	X_4 -Y	2,557	1,655	0,012	0,05	H_0 ditolak	
5	X_5 -Y	0,810	1,655	0,419	0,05	H_1 ditolak	
UJI F							
6	X-Y	76,286	2,43	0,000	0,05	H_0 ditolak	

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa jika diuji secara parsial atau uji t tidak semua sub variabel memengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Koefisien t hitung terbesar diperoleh sub variabel X_3 yakni kompleksitas aplikasi pos *online* MPOSPAY dengan nilai t hitung sebesar 3,009. Sub variabel kedua yang memiliki nilai t hitung terbesar adalah sub variabel X_1 yaitu keuntungan relatif aplikasi pos *online* MPOSPAY dengan t hitung sebesar 2,830. Selanjutnya, disusul oleh sub variabel X_4 yaitu triabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY yang memiliki nilai t hitung sebesar 2,557.

Sub variabel yang tidak memengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung adalah sub variabel X_2 dan X_5 . Sub variabel X_2 yaitu kompatibilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY memiliki nilai t hitung sebesar 0,306 sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 1,655. Maka, sub variabel X_2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Namun, sub variabel X_2 memiliki nilai korelasi sebesar 0,726, dimana hubungan tersebut tergolong hubungan yang kuat. Kemudian,

sub variabel X_5 yaitu observabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY memiliki nilai t hitung sebesar 0,810 sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 1,655. Maka, sub variabel X_5 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Namun, sub variabel X_5 ini memiliki nilai korelasi sebesar 0,544 dimana nilai tersebut tergolong ke dalam hubungan yang cukup berarti.

Hasil uji regresi berganda secara simultan atau uji F variabel X yakni karakteristik inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY terhadap keputusan adopsi (Y) memperoleh F hitung sebesar 62,360 dan lebih besar dari F tabel sebesar 2,44. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY secara simultan berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.

Hasil uji regresi berganda secara simultan atau uji F variabel X yaitu yakni karakteristik inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY terhadap keputusan adopsi (Y) memperoleh F hitung sebesar 62,360 dan lebih besar dari F table sebesar 2,44, sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik inovasi pos *online* MPOSPAY secara simultan berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di kecamatan Sukasari Kota Bandung.

Hasil pembahasan diatas sejalan dengan teori yang diuji dalam penelitian ini, yaitu Teori Difusi Inovasi (*Diffusion Of Innovation*) yang dikemukakan oleh Everett M.Rogers. Teori ini menyangkut persepsi individu mengenai suatu inovasi setelah diterpa informasi yang akan menentukan keputusan individu untuk menerima ataupun menolak inovasi tersebut. Difusi didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Karakteristik Inovasi Aplikasi Pos *Online* MPOSPAY terhadap Keputusan Adopsi” maka penulis menarik kesimpulan berdasarkan dengan tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Keuntungan relatif aplikasi pos *online* MPOSPAY berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari. Berdasarkan data penelitian, keuntungan relatif aplikasi pos *online* MPOSPAY yakni tingkat kepraktisan aplikasi, tingkat keuntungan relatif, serta keuntungan pencegahan (*preventive advantage*) terbukti mempengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.
2. Kompatibilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY tidak berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Berdasarkan data penelitian, kompatibilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY seperti kesesuaian aplikasi dengan norma dan kehidupan masyarakat, kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan masyarakat dan nama aplikasi MPOSPAY yang mudah diingat dianggap belum dapat mempengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.
3. Kompleksitas aplikasi pos *online* MPOSPAY berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Berdasarkan data penelitian, kompleksitas aplikasi pos *online* MPOSPAY seperti rendahnya tingkat kesulitan untuk dimengerti dan rendahnya tingkat kesulitan untuk digunakan terbukti dapat mempengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.
4. Triabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY berpengaruh terhadap keputusan

adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Berdasarkan data penelitian, triabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY yakni bisa diuji coba dalam skala kecil terbukti dapat mempengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.

5. Observabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY tidak berpengaruh terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Berdasarkan data penelitian, observabilitas aplikasi pos *online* MPOSPAY yakni hasil atau efek aplikasi yang dapat dilihat atau diamati dianggap belum dapat mempengaruhi keputusan adopsi.

Karakteristik inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Berdasarkan data penelitian, karakteristik inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY yang terdiri dari keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, triabilitas, dan observabilitas secara signifikan terbukti mempengaruhi keputusan adopsi pengguna aplikasi jasa pos di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.

E. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, berikut ini adalah beberapa saran yang diajukan penulis selaku peneliti:

1. PT. POS INDONESIA (persero) memaksimalkan unsur karakteristik keuntungan relatif aplikasi MPOSPAY agar dibuat menjadi layanan dengan keuntungan yang lebih banyak lagi agar tingkat pengadopsiannya semakin tinggi
2. PT. POS INDONESIA (persero) hendaknya dapat menilai kembali kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan dan pengalaman pengguna sehingga ada alasan kuat bagi pengguna untuk terus mengadopsi aplikasi MPOSPAY.
3. Rendahnya tingkat kompleksitas yang dimiliki oleh aplikasi MPOSPAY perlu dipertahankan agar tingkat pengadopsiannya stabil dan tidak mengalami diskontinuansi (penghentian pengadopsian).
4. PT. POS INDONESIA (persero) memaksimalkan faktor lain seperti saluran komunikasi dan mempertimbangkan keadaan sistem sosial masyarakat Indonesia untuk mempengaruhi pengguna dalam melakukan suatu keputusan adopsi terhadap inovasi aplikasi pos *online* MPOSPAY.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan "Pendekatan Terpadu"*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Hanafi, Abdillah. 1987. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Surabaya : Usaha Nasional
- McQuail, D. 1994. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta : Erlangga
- Nasution, Zulkarimen. 2007. *Komunikasi Pembangunan "Pengenalan Teori dan Penerapannya"*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rogers, Everett. 1983. *Diffusion of Innovation Third Edition*. New York: The Free Press