

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

LinkAja merupakan wajah baru dari TCASH yang diresmikan pada tanggal 30 Juni 2019 yang saat ini dikelola oleh PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja sebelumnya bernama TCASH lalu sejak tanggal 22 Februari 2019 berganti nama menjadi LinkAja. LinkAja lahir untuk menggabungkan kekuatan ekosistem dari perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) besar seperti; Tcash milik PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), E-Cash dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, UnikQu dari PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, T-Bank milik PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Pemilik Saham LinkAja yaitu Telkomsel (25%), Bank Rakyat Indonesia (20%), Bank Negara Indonesia (20%), Bank Mandiri (20%), Pertamina (7%), Bank Tabungan Negara (7%), dan Jiwasraya (1%).

LinkAja sebagai hasil penggabungan berbagai produk BUMN memiliki misi untuk membuat sistem pembayaran terintegrasi yang dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat Indonesia dalam rangka mensukseskan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), serta optimalisasi jangkauan ke seluruh masyarakat Indonesia untuk memberikan layanan keuangan yang efisien. Karenanya, LinkAja berupaya untuk menyesuaikan strategi yang saat ini dijalankan dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga masyarakat mau berpindah menggunakan layanan uang elektronik dalam bertransaksi sehari-hari.

LinkAja adalah sebuah layanan keuangan berbasis aplikasi yang dibuat untuk memudahkan transaksi penggunanya. LinkAja dapat digunakan oleh seluruh *provider* dari Telkomsel, XL, Indosat, Three, Smartfren dan lain-lain untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara digital dengan menggunakan ponsel di *merchant* atau mitra yang bertuliskan dapat menerima pembayaran menggunakan LinkAja. Layanan dompet digital milik BUMN ini menggunakan *Quick Responses* (QR) Code terstandar sebagai landasan *platform* pembayaran digital. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai dalam melakukan transaksi karena LinkAja memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai sebagai alat pembayaran yang sah, dimana nilainya setara dengan nilai uang tunai yang disetorkan terlebih dahulu ke rekening LinkAja.

Layanan keuangan berbasis aplikasi ini tidak hanya dikembangkan untuk dapat melakukan pembayaran di perusahaan BUMN saja, tetapi dapat digunakan di semua mitra atau *merchant* LinkAja yang bertuliskan dapat menerima pembayaran menggunakan LinkAja, seperti pembelian *e-voucher*, *online shop* seperti Hijabenka, Blibli.com, Bukalapak, Sociolla dan mitra lainnya yang berjumlah sampai ratusan. LinkAja dapat digunakan dalam pembayaran makan dan minum di mitra yang telah bekerjasama seperti McDonald's, Starbucks, J.CO, dan mitra lainnya. LinkAja juga dapat mengirimkan sejumlah uang ke sesama pengguna LinkAja dan ke rekening bank, termasuk donasi *online*. LinkAja menawarkan pembayaran digital yang berfokus untuk pemenuhan kebutuhan esensial masyarakat, salah satunya adalah melalui digitalisasi SPBU bersama PT Pertamina (Persero), pengenalan pembayaran di jalan tol dengan PT Jasa Marga dan pembayaran digital di berbagai moda transportasi publik seperti Bluebird, Railink, Damri.

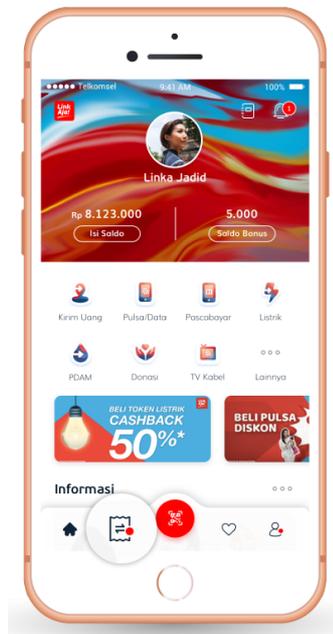
LinkAja menghadirkan beragam fitur dan layanan transaksi pembayaran di lebih dari 150.000 *merchant*, pembayaran di lebih dari 400 tagihan dan produk digital, seperti PLN, puluhan *voucher game online*, dan IndiHome. Layanan keuangan berbasis aplikasi ini menyediakan fitur unggulan salah satunya adalah layanan tarik tunai tanpa kartu debit hanya dengan menggunakan ponsel lebih dari 40.000 ATM Link Himbara. Ini menjadikan pengguna dapat melakukan penarikan uang tanpa harus membawa kartu. Selain itu, LinkAja memiliki titik CICO (*Cash In Cash Out*) untuk mengisi saldo dan menarik tunai di lebih dari 100.000 titik, termasuk di Grapari Telkomsel, puluhan ribu ATM Link Himbara dan jaringan ATM Bersama, *minimarket*, dan lebih dari 100.000 jaringan *outlet* Mitra LinkAja. Berikut adalah logo dari LinkAja:



Gambar 1.1
Logo LinkAja

Sumber : <https://www.linkaja.id/>

LinkAja merupakan sebuah aplikasi yang dapat dioperasikan melalui *smartphone* yang dapat diunduh melalui *AppStore* untuk pengguna iOS dan *PlayStore* untuk pengguna Android. Pengguna dapat mendaftarkan nomor ponsel serta mengisi biodata calon pengguna untuk mengaktifkan akun dan dapat digunakan untuk bertransaksi di *merchant* atau mitra yang berkerjasama. Pada menu utama aplikasi LinkAja, akan terlihat terdapat fitur saldo bonus. Saldo bonus merupakan uang digital yang akan diperoleh pengguna setiap melakukan transaksi dengan promo yang berasal dari LinkAja di berbagai *merchant* yang mempunyai program *cashback*. Menurut direktur utama PT Telekomunikasi Indonesia Tbk mengungkapkan bahwa LinkAja sudah di unduh sebanyak 25 juta kali dengan 131.000 merchant yang berkerja sama. Tampilan aplikasi LinkAja dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. 1

Tampilan Aplikasi LinkAja

Sumber : <https://www.linkaja.id/>

LinkAja merupakan *platform* menyediakan dua tipe akun pengguna, yaitu pengguna yang terdaftar sebagai *Basic Service* dan *Full Service*. Kedua tipe akun ini memiliki *benefit* dan fitur yang berbeda-beda. Dalam hal saldo tipe akun *basic service* memiliki batas saldo maksimum Rp. 2.000.000, sedangkan untuk tipe *full service* memiliki batas saldo maksimum Rp. 10.000.000. Kedua tipe akun ini bisa digunakan untuk mengisi saldo, belanja *online*, membayar dan membeli melalui aplikasi, serta transaksi di *merchant* yang sudah berkerja sama. Namun, selain perbedaan isi saldo

maksimal, LinkAja dengan tipe *full service* saja yang dapat digunakan untuk pengiriman uang antar pengguna serta dapat menarik saldo yang berada dalam aplikasi.

LinkAja menawarkan fasilitas lain berupa pinjaman yang diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Saat ini, PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) hanya menyalurkan pinjaman kepada nasabah konsumen melalui kerja sama dengan PT Kredit Pintar Indonesia. LinkAja dapat memberikan pinjaman dengan akad syariah kepada pengguna selain memberikan pinjaman kepada UMKM. Skema yang dilakukan untuk menyalurkan pinjaman syariah tidak berbeda dengan pinjaman konsumen dan UMKM, yaitu dengan perusahaan *peer to peer lending*.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Di era digital masa kini, semua kegiatan sudah didominasi oleh teknologi. Teknologi yang diberikan dapat memudahkan pengguna untuk mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Menurut Walter Buckingham dan sebagian Hartomo (2004:326) yang dimaksud teknologi adalah ilmu pengetahuan yang di terapkan kedalam seni industri serta mencakup alat-alat yang memungkinkan terlaksananya efisiensi tenaga kerja. Dengan majunya perkembangan zaman, maka kebutuhan manusia akan bertambah dan membawa banyak perubahan dalam segala aktivitas serta menjadikan masyarakat berkeinginan memenuhi kebutuhan dengan efektif dan efisien. Teknologi yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan bagi manusia dengan efektif dan efisien saat ini adalah internet dan *smartphone*. Internet sendiri merupakan wujud dari perkembangan teknologi yang mendorong pelaku ekonomi untuk mengembangkan layanan penyedia kebutuhan manusia dengan lebih praktis. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1.3

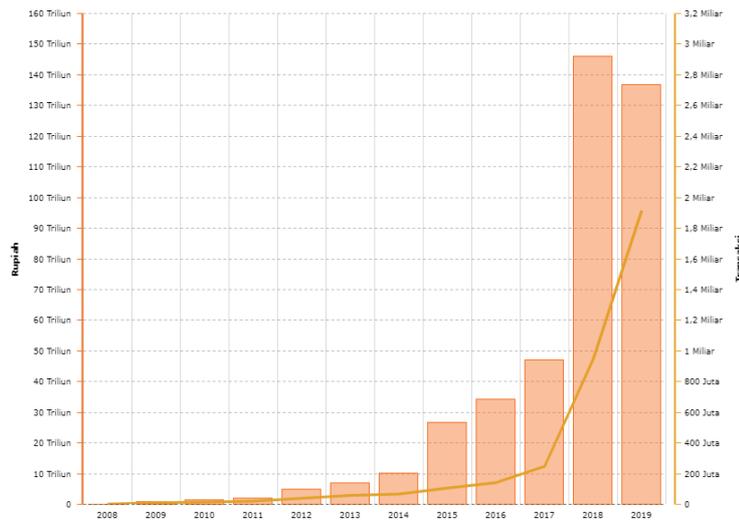
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : APJII, 2018 diakses 23 Desember 2019

Berdasarkan gambar 1.3 dapat dilihat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018. Pada tahun 2017, pengguna internet di Indonesia berjumlah sebanyak 143,26 juta dengan persentase 54,68 persen dari jumlah total penduduk Indonesia sebesar 262 juta orang. Pengguna internet di Indonesia terus mengalami pertumbuhan sehingga pada tahun 2018 sebanyak 171,17 juta dengan persentase 64,8 persen dari jumlah total penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta orang. Berdasarkan hasil survei ini dapat disimpulkan bahwa internet menjadi salah satu perkembangan teknologi yang dibutuhkan masyarakat. Internet memberikan perubahan budaya dalam kehidupan masyarakat Indonesia terutama dalam sektor keuangan, salah satunya dalam transaksi yang berbasis elektronik.

Transaksi berbasis elektronik mengubah kebiasaan masyarakat dari transaksi menggunakan uang tunai menjadi non-tunai dengan menggunakan aplikasi yang memanfaatkan penggunaan internet dan *smartphone*. Hal ini sejalan dengan pernyataan gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta resmi mengumumkan bahwa Gerakan Nasional Non Tunai ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan alat pembayaran non-tunai (Bank Indonesia, 2014). Hal ini merupakan sebagai bentuk dukungan pemerintah untuk membuat masyarakat menggunakan sistem pembayaran non-tunai atau yang sering dikenal *cashless society*. Alat pembayaran secara elektronik berjalan sangat pesat yang akan menimbulkan penghematan biaya pencetakan dan distribusi uang

tunai, *cash handling* hingga administratif manajemen (Tee, 2017). Manfaat lainnya menurut Ekonom Universitas Padjajaran, Kodrat Wibowo dalam Kompas (2017), menyatakan bahwa maraknya pengguna transaksi elektronik di Indonesia mempunyai keuntungan dalam hal efisiensi waktu dan fisik dapat dirasakan. Perkembangan transaksi non-tunai di Indonesia dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



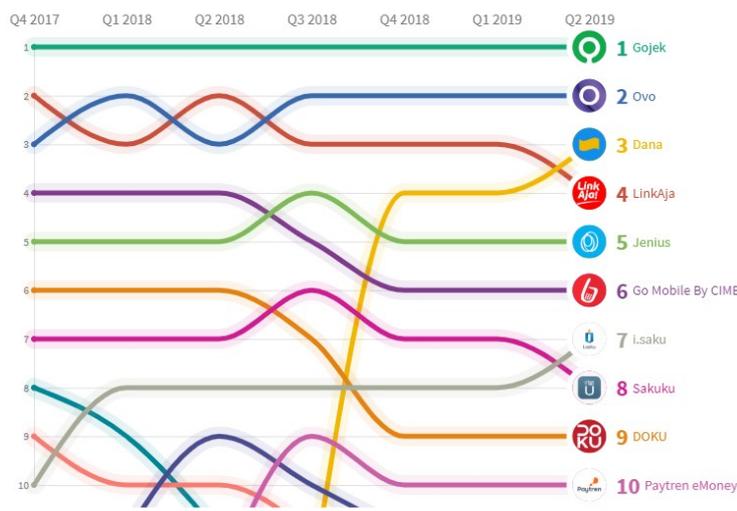
Gambar 1.4

Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Sumber : Bank Indonesia, melalui *website* katadata.co.id diakses 23 Desember 2019

Berdasarkan gambar 1.4 dapat dilihat jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia yang menunjukkan bahwa adanya peningkatan yang signifikan mulai tahun 2017. Pada tahun 2017, jumlah transaksi uang elektronik sebesar Rp 12,4 triliun dan mengalami peningkatan sebesar Rp 34,8 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp 47,2 triliun dan terus mengalami peningkatan mencapai Rp 69 triliun pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan gaya hidup masyarakat di era digital yang lebih menyukai sistem *cashless*.

Melihat fenomena ini persaingan antar perusahaan penyedia jasa pembayaran elektronik menjadi semakin ketat di Indonesia. Daftar aplikasi pembayaran elektronik di Indonesia dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. 2
Aplikasi Pembayaran Elektronik di Indonesia
Sumber : Databoks, 2019 diakses 10 Januari 2020

Berdasarkan gambar 1.5 dapat dilihat ada 10 aplikasi pembayaran elektronik yang banyak digunakan di Indonesia. Ada empat aplikasi pembayaran elektronik yang menjadi favorit pengguna pada kuartal II tahun 2019 yaitu Go-Pay, OVO, Dana dan LinkAja. Go-Pay yang terintegrasi dengan aplikasi Gojek menjadi aplikasi pembayaran elektronik yang paling banyak digunakan, di susul oleh OVO pada peringkat dua, lalu Dana pada peringkat ketiga serta LinkAja pada peringkat keempat. Aplikasi LinkAja pernah menjadi aplikasi pembayaran elektronik peringkat kedua kuartal II 2017 sampai kuartal II 2018 dan turun pada peringkat ketiga mulai kuartal III 2019 sampai kuartal I 2019 dan menjadi peringkat keempat pada kuartal II 2019. Terjadinya penurunan LinkAja menjadi peringkat keempat disebabkan oleh sistem pembaharuan LinkAja yang belum optimal dimana aplikasi tidak sepenuhnya berjalan dengan baik sehingga terjadi kesalahan-kesalahan yang menghambat transaksi pengguna LinkAja. Persaingan ketat antara Go-Pay, OVO dan LinkAja juga didukung dengan hasil survei yang dirilis oleh Dailysocial bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1.6
Survei Dompet Digital Indonesia
Sumber: Katadata.co.id, 2019 diakses 11 Januari 2020

LinkAja adalah layanan uang elektronik yang sudah lama berdiri di Indonesia, namun LinkAja merupakan peralihan layanan keuangan digital (e-wallet) dari TCASH milik Telkomsel yang sudah ada sejak tahun 2011. Pengguna layanan TCASH dimigrasikan secara bertahap ke LinkAja. Seperti layanan *mobile payment* pada umumnya. LinkAja menyediakan layanan untuk transfer dan tarik tunai, transaksi dengan merchants yang telah bekerjasama, isi pulsa atau data, bayar listrik, PDAM, TV kabel asuransi dan lain-lain.

Dapat kita lihat berdasarkan gambar 1.6 dapat dilihat hasil survei dompet digital Indonesia yang menunjukkan bahwa pada tahun 2019 aplikasi pembayaran elektronik LinkAja hanya memiliki 23 juta pengguna dengan jumlah *merchant* sebanyak 150.000, sedangkan dompet digital lainnya yaitu OVO memiliki 115 juta pengguna dengan 500.000 *merchant* dan Go-Pay menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan dengan jumlah 142 juta pengguna dan memiliki 300.000 *merchant*.

Melihat fenomena terjadinya penurunan dari aplikasi LinkAja sebagai salah satu dompet digital Indonesia yang dimiliki oleh BUMN yang kesulitan bersaing dengan Go-Pay dan OVO dari perusahaan swasta, peneliti melakukan observasi keluhan pengguna terhadap aplikasi LinkAja yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Keluhan Pengguna LinkAja

Keluhan	Jumlah Keluhan
Kegagalan dalam melakukan transaksi	82
Kesulitan saat ingin <i>update</i>	75
Respon keluhan yang lambat	69
Aplikasi mengecewakan	56
Aplikasi sering <i>error</i>	23
Sistem tidak aman	10

Sumber: PlayStore (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat rekapitulasi keluhan pengguna LinkAja yang ditemukan berdasarkan *review* pada PlayStore yang disampaikan oleh pengguna. Pengguna LinkAja sebagian besar mengeluhkan mengenai kegagalan dalam melakukan transaksi, kesulitan dalam meng*update*, respon keluhan yang lambat, aplikasi yang *error* dan sistem aplikasi yang tidak aman sehingga mengecewakan konsumen pengguna aplikasi LinkAja.

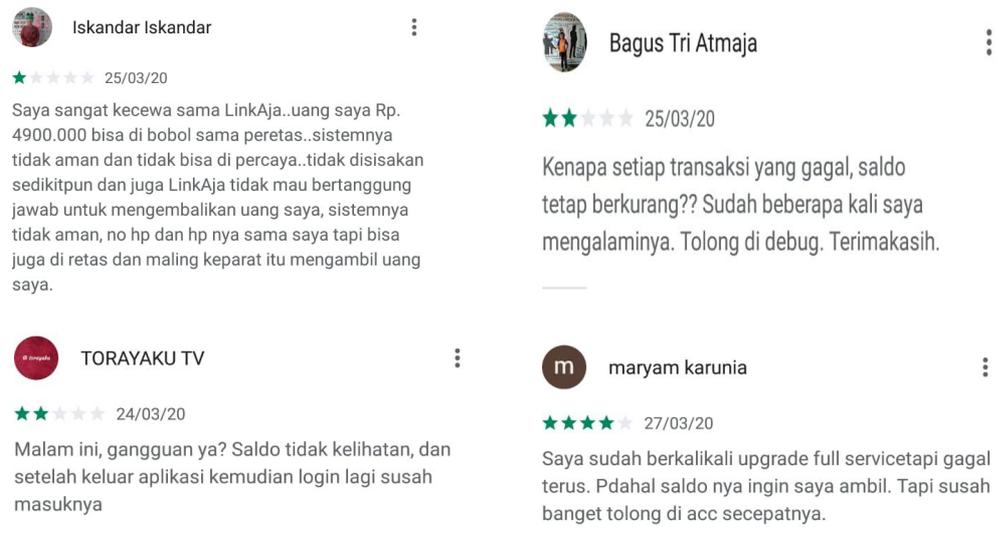
Peneliti tertarik untuk meneliti LinkAja yang berbasis Quick Responses (QR) Code dan Near Field Communication (NFC) karena dengan gaya hidup masyarakat Indonesia yang menyukai segala sesuatu yang praktis menjadi alasan sejumlah *mobile payment* menjadi populer dikalangan masyarakat. LinkAja mengeluarkan *tag line* “Lebih Lancar, Lebih Seru dan Bebas Repot!” yang digunakan untuk menunjukkan bahwa dengan menggunakan aplikasi LinkAja akan mempercepat proses transaksi, memiliki konten yang menarik terutama bagi generasi milenial dan proses pemakaian aplikasi tersebut sangat mudah. *tag line* tersebut membuat seolah-olah pengguna LinkAja tidak akan kecewa apabila bertransaksi menggunakan aplikasi tersebut. Dalam perkembangannya, perancangan maupun penerapan suatu sistem informasi atau aplikasi memerlukan biaya yang tidak sedikit agar menghasilkan *outcome* yang sesuai dengan harapan pemilik sistem informasi atau aplikasi dan penggunanya (Cronholm & Goldkuhl, 2003). Oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi sistem informasi untuk mengetahui apakah pengguna akhir (end user) aplikasi LinkAja telah merasa puas terhadap pemakaian aplikasi LinkAja.

Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas sistem semakin tinggi

kemungkinan bahwa sistem akan digunakan dan pengguna akan puas. Jika kualitas sistem yang baik akan memicu peningkatan pengguna maka kepuasan pengguna juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim Alamarashdeh (2016) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi yang dipakai. Sedangkan pada penelitian HanarRokya dan Youssef Al meriouh (2015), Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Menurut Delone dan McLean (2016) kepuasan pengguna memegang peranan penting untuk mengetahui tanggapan pengguna sistem informasi terhadap sistem informasi yang digunakan. Teori tersebut didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Luqman Habieb Prasajo (2015) yang melakukan penelitiannya pada aplikasi *Rail Ticket System* (RTS) serta hasil penelitian yang dilakukan oleh Ingri Granita (2019) yang melakukan penelitiannya pada aplikasi Gojek yang menyatakan bahwa bagi sebuah aplikasi kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan.

Konsumen akan merasa puas menggunakan aplikasi saat tidak menemukan kesulitan dalam menggunakan aplikasi, menemukan informasi yang dibutuhkan dan mendapatkan kualitas layanan yang baik. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan observasi permasalahan yang terkait dengan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan yang disampaikan oleh pengguna aplikasi LinkAja. Hasil observasi permasalahan kualitas sistem pada aplikasi LinkAja dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.3

Keluhan Pengguna Mengenai Kualitas Sistem Aplikasi LinkAja

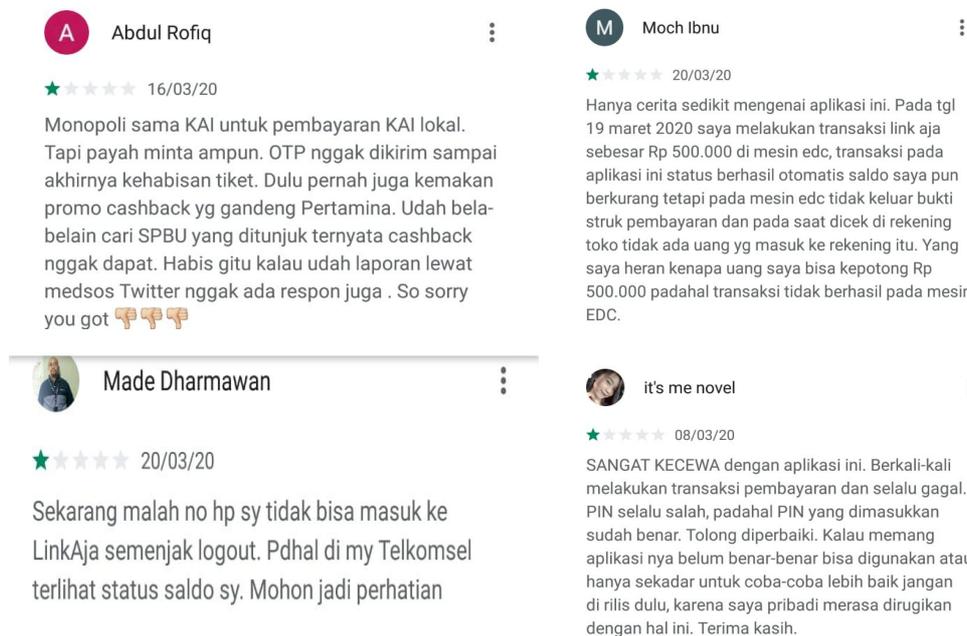
Sumber: AppStore Aplikasi LinkAja (2020)

Berdasarkan gambar 1.7 dapat dilihat hasil observasi permasalahan dari keluhan – keluhan pengguna mengenai kualitas informasi aplikasi LinkAja. Delone dan McLean (2016) mengemukakan bahwa kualitas sistem adalah performa dari sistem yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Berdasarkan hasil observasi dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem aplikasi LinkAja masih bermasalah dilihat dari keluhan dari pengguna aplikasi LinkAja yang memberikan keluhan mengenai ketidakamanan sistem yang diretas, mengalami *bug*, kesusahan saat melakukan *login*, kesulitan dalam melakukan *upgrade* akun menjadi *full service*, dan proses verifikasi yang sulit.

Kualitas informasi merupakan *output* yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan. Kualitas informasi dapat dilihat sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka.

Selama penggunaan aplikasi LinkAja masih ada *output* yang dihasilkan berbeda dengan yang diinginkan penggunanya. Ketika melakukan pembayaran untuk menyelesaikan transaksi, status pembayaran masih belum berubah ataupun sudah berubah tetapi tidak terbaca oleh pihak ke-3.

Adapun hasil observasi mengenai permasalahan terkait kualitas informasi lainnya pada aplikasi LinkAja dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 4

Keluhan Pengguna Mengenai Kualitas Informasi Aplikasi LinkAja

Sumber: PlayStore (2020)

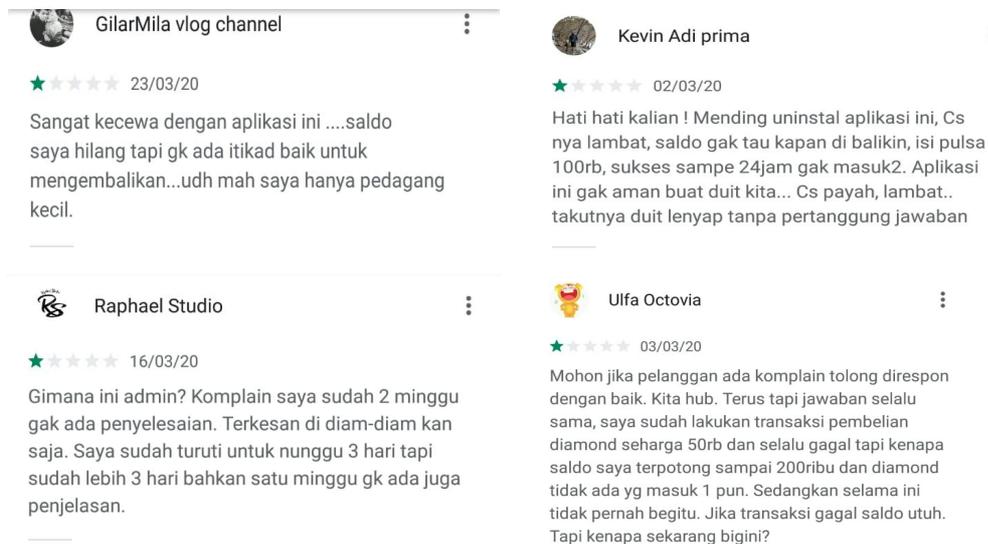
Berdasarkan gambar 1.8 dapat dilihat hasil observasi mengenai keluhan pengguna mengenai kualitas informasi pada aplikasi LinkAja. Menurut Delone dan McLean (2016) menyatakan bahwa kualitas informasi adalah karakteristik yang diinginkan dari output sistem yang mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Berdasarkan hasil observasi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi aplikasi LinkAja masih memiliki permasalahan dilihat dari pengguna yang memberikan keluhan mengenai informasi promo *cashback* yang tidak sesuai, ketidaksesuaian informasi dalam aplikasi, kesulitan melihat informasi saldo dan informasi PIN aplikasi yang tidak sesuai sehingga membuat pengguna kesulitan.

Semakin tinggi kualitas informasi yang dihasilkan suatu sistem informasi akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna (DeLone dan Mclean, 2003). Jika pengguna sistem informasi yakin bahwa kualitas informasi yang digunakan adalah benar, maka pengguna akan merasa puas menggunakan sistem tersebut. Informasi yang akurat, diperbaharui, konsisten, relevan, lengkap, dan format yang mudah untuk mengerti, hal itu akan menyebabkan pengguna akan menggunakan sistem tersebut

terus menerus. Maka jika informasi yang disampaikan berkualitas, mencukupi kebutuhan pengguna dalam hal kelengkapan informasi, dan kemudahan untuk dipahami maka bisa dikatakan bahwa sistem informasi memiliki kualitas informasi yang memadai yang akan menimbulkan kepuasan pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Yogesh K. Dwivedia et al (2012) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi yang dipakai. Sedangkan, pada penelitian menurut Radityo dan Zulaikha (2007) menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi.

Kualitas Layanan merupakan pelayanan yang didapat pengguna dari aplikasi yang digunakannya, layanan dapat berupa update sistem dan tanggapan dari pengembang jika sistem mengalami masalah. Mengenai layanan yaitu aplikasi LinkAja memakan waktu yang lama sehingga dapat mengganggu pengguna dalam melakukan proses transaksi sehingga tingkat kepuasan pengguna dapat menurun.

Hasil observasi permasalahan terkait kualitas layanan pada aplikasi LinkAja dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. 5

Keluhan Pengguna Mengenai Kualitas Layanan Aplikasi LinkAja

Sumber: PlayStore (2020)

Berdasarkan gambar 1.9 dapat dilihat keluhan pengguna mengenai kualitas layanan aplikasi LinkAja. Delone dan McLean (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah kualitas dukungan yang pengguna sistem terima dari organisasi sistem

informasi dan dukungan IT personil. Berdasarkan hasil observasi dapat disimpulkan kualitas layanan aplikasi LinkAja masih ditemukan permasalahan dari pengguna yang memberikan keluhan mengenai saldo yang hilang namun tidak dikembalikan, lambatnya layanan dari *customer service*, tidak adanya penyelesaian dari komplain pengguna serta respon yang kurang baik dari *customer service* aplikasi LinkAja.

Menurut Delone dan McLean (2016) kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan. Teori tersebut didukung dengan hasil rekapitulasi keluhan pengguna di *PlayStore*, hasil pra survei dan hasil observasi yang dilakukan dapat dilihat bahwa sebagian besar pengguna aplikasi LinkAja memberikan keluhan yang terkait dengan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan dari aplikasi LinkAja.

Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan suatu aplikasi, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna. Jika pengguna sistem merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut, maka pengguna akan merasa puas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kualitas layanan sendiri merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pengembang aplikasi kepada pengguna dengan pemberian jaminan keamanan dan kenyamanan, empati, dan ketanggapan dalam memenuhi harapan pengguna (DeLone dan McLean, 2003).

Kepuasan pengguna merupakan respon dari pengguna aplikasi menyangkut apakah kinerja aplikasi sesuai dengan kebutuhan pengguna, pengguna merasa puas apabila kebutuhan mereka telah terpenuhi. Sehingga kepuasan pengguna merupakan tolak ukur yang penting dalam mengetahui kesuksesan sebuah aplikasi. Dapat diketahui bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi LinkAja sangat penting. Pelayanan yang bermutu baik diperlukan untuk dapat memenuhi harapan pengguna, semakin baik kualitas yang diberikan kepada pengguna akan memberikan manfaat bagi LinkAja sendiri.

Peneliti juga melakukan pra survei dengan menggunakan kuesioner kepada 30 pengguna LinkAja yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Pra Survei Pengguna LinkAja

Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Aplikasi Linkaja mudah untuk digunakan dan dipahami	33,3%	30%	20%	10%	6,7%
Aplikasi LinkAja menyampaikan informasi dengan jelas	36,7%	26,7%	16,7%	13,3%	6,7%
Pelayanan pada aplikasi LinkAja sesuai dengan ekspektasi	43,3%	23,3%	20%	6,7%	6,7%
Merasa puas dengan sistem pembayaran LinkAja	40,0%	33,3%	13,3%	10%	3,3%

Sumber: Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat hasil pra survei pada pengguna aplikasi LinkAja yang menunjukkan konsumen pengguna aplikasi LinkAja merasakan kesulitan dalam menggunakan dan memahami aplikasi, penyampaian informasi yang tidak jelas, pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi serta ketidakpuasan dengan sistem pembayaran dari aplikasi LinkAja.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi LinkAja”**.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas sistem pada aplikasi LinkAja?
2. Bagaimana kualitas informasi pada aplikasi LinkAja?
3. Bagaimana kualitas layanan pada aplikasi LinkAja?
4. Bagaimana kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja?
5. Bagaimana pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja secara parsial?
6. Bagaimana pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja secara simultan?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis kualitas sistem pada aplikasi LinkAja.
2. Mengetahui dan menganalisis kualitas informasi pada aplikasi LinkAja.
3. Mengetahui dan menganalisis kualitas layanan pada aplikasi LinkAja.
4. Mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja secara parsial.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi LinkAja secara simultan.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan yang mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan konsumen pada aplikasi *mobile payment* dan ilmu pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya, khususnya dibidang pemasaran.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan LinkAja terkait dengan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir bertujuan untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan

masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang hasil dari pengolahan data. Dimana hasil tersebut akan dianalisis oleh peneliti agar ditemukan kesimpulan dari penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang disertai dengan rekomendasi atau saran bagi perusahaan yang diteliti