

MENAKAR MINAT MASYARAKAT MENGADOPSI APLIKASI CUSTOMER SELF SERVICE BERBASIS MOBILE

Agus Gunadi¹, Gede Sri Darma^{2*}

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Sekolah Pascasarjana Undiknas

*e-mail: agusgunadimaclover@gmail.com

DiPublikasi: 01/07/2022

Abstract

Modern companies are now trying to keep up with digital technology developments, focusing on optimizing processes and accelerating workflows to make them more efficient. PLN as a company that serves as a provider of electricity for the public interest has also adapted by launching a customer self service application called PLN Mobile. Currently, there are around 80 million PLN customers, but 8 million have adopted the new PLN Mobile application. This study explores the aspects that influence public interest in adopting the PLN Mobile application in Indonesia. Online-based questionnaires were distributed using Google Forms. A total of 612 responses were taken and analyzed using the SEM technique (SmartPLS 3.3.3.). This study found that: 1) Usefulness has no significant effect on Behavioral Intention. 2. Ease of Use has a significant effect on Behavioral Intention. 3. Performance Expectancy has a significant effect on Behavioral Intention. 4. Social Influence has a significant effect on Behavioral Intention. 5. Facilitating Condition has a significant effect on Use Behavior. 6. Behavioral Intention has a significant effect on Use Behavior. In conclusion, PLN is advised to focus on improving the usability of the PLN Mobile application, moreover, there are lots of substitution applications that can be used to pay electricity bills and provide attractive rewards and promotion.

Keywords: public interest, customer self service; PLN Mobile; Behavioral Intention; Use Behavior.

Abstrak

Perusahaan modern kini berusaha untuk mengikuti perkembangan teknologi digital, yang berfokus untuk mengoptimalkan proses dan mempercepat alur kerja sehingga menjadikannya lebih efisien. PLN sebagai perusahaan yang bertugas sebagai penyedia tenaga listrik untuk kepentingan umum, telah beradaptasi dengan meluncurkan aplikasi customer self service yang diberi nama PLN Mobile. Saat ini pelanggan PLN sekitar 80 juta, namun yang mengadopsi aplikasi PLN Mobile baru sebanyak 8 juta. Kajian ini mengeksplorasi aspek-aspek yang mempengaruhi minat masyarakat untuk mengadopsi aplikasi PLN Mobile di Indonesia. Kuesioner berbasis online disebarakan menggunakan Google Form. Sebanyak 612 respon diambil dan dianalisis menggunakan teknik SEM (SmartPLS 3.3.3.). Penelitian ini menemukan bahwa: 1) Usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. 2. Ease Of Use berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. 3. Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. 4. Social Influence berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. 5. Facilitating Condition berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior. 6. Behavioral Intention berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior. Sebagai kesimpulan PLN disarankan untuk fokus pada perbaikan sisi kegunaan aplikasi PLN Mobile, apalagi tersedia banyak sekali aplikasi substitusi yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran rekening listrik serta memberikan reward dan promo yang menarik.

Kata Kunci : minat masyarakat, customer self service; PLN Mobile; Behavioral Intention; Use Behavior

PENDAHULUAN

Isu pelayanan publik saat ini merupakan isu penting dalam penyediaan layanan publik di Indonesia. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi digital dan internet semakin maju mengubah cara pelayanan konvensional, menjadi pelayanan berbasis aplikasi. Berbagai perusahaan telah mengembangkan pelayanan berbasis aplikasi seperti perbankan, transportasi, pelatihan dan Pendidikan, Kesehatan dan lainnya. Begitu juga

Perusahaan Listrik Negara (PLN) telah menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi dan komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan mengembangkan pelayanan berbasis aplikasi *customer self service* berbasis *mobile* yang diberi nama PLN Mobile. Masih minimnya pelanggan PLN yang mengadopsi aplikasi PLN Mobile menjadikan fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti sehingga diketahui faktor-faktor yang

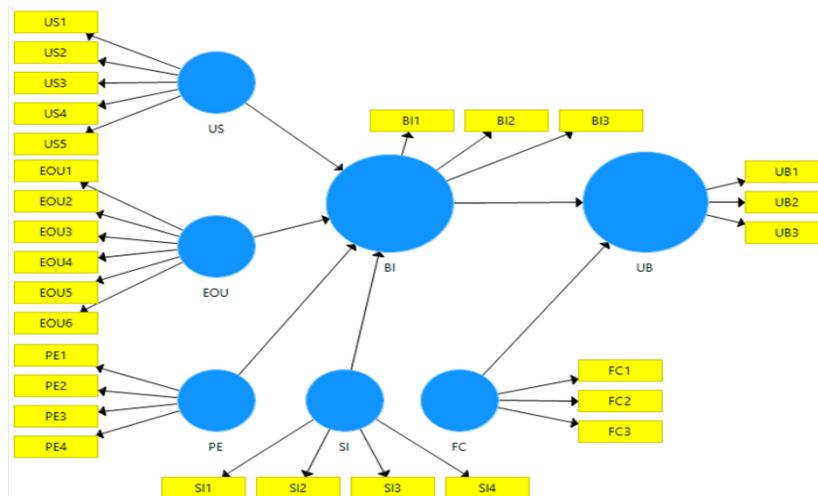
mempengaruhi minat pelanggan mengadopsi aplikasi PLN Mobile.

Berkenaan dengan adopsi sistem ada beberapa teori menjelaskan faktor-faktor penyebab seorang individu mengadopsi sistem. Salah satunya adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), menurut model TAM seseorang mengadopsi sistem aplikasi disebabkan mereka merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut dan merasakan bahwa aplikasi tersebut bermanfaat (Venkatesh dan Davis, 2000). Berbagai peneliti telah mengeksplor model TAM diantaranya: (Febrima dan Zulkarnain, 2019) *perceived usefulness* yang diperoleh nasabah secara tidak langsung membentuk dan menumbuhkan minat nasabah dalam menggunakan internet banking sangatlah penting, karena hal ini diprediksi akan dapat memberikan efek positif dalam pengadopsian internet banking. (Yani, dkk., 2018) persepsi kemanfaatan penggunaan internet memiliki pengaruh secara langsung terhadap persepsi kemudahan penggunaan internet dalam bertransaksi. Penelitian yang dilakukan (Ashsifa, 2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hal ini akan meningkatkan niat untuk menggunakan mobile banking secara berkelanjutan. Selain TAM, terdapat teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) juga menjelaskan faktor-faktor individu mengadopsi dan menggunakan sistem yang dikembangkan oleh perusahaan. UTAUT dikembangkan oleh

(Venkatesh et al. 2003) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi adopsi sistem yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu merasa sistem dapat membantunya dalam menyelesaikan banyak pekerjaan, faktor sosial (*social influence*) didefinisikan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem, dan kondisi fasilitas (*facilitating condition*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa keberadaan sarana dan prasarana mendukung dalam penggunaan sistem.

Berdasarkan penelitian (Amalia, dkk., 2018) *performance expectancy* merupakan hal penting dalam mempengaruhi minat menggunakan layanan internet banking. Pada penelitian (Mulyani, 2018) *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan Aplikasi Ojek Online. Penelitian yang dilakukan (Wardani 2018) menunjukkan pengaruh sosial (*social influence*) menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan layanan BNI internet banking.

Penelitian sebelumnya hanya menggunakan teori secara terpisah dalam menyelidiki faktor-faktor individu mengadopsi sistem berbasis teknologi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggabungkan dua teori yaitu teori TAM dan UTAUT berkenaan dengan adopsi sistem aplikasi dalam konteks aplikasi *customer self service* berbasis *mobile* di Indonesia.



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara online melalui *Google Form*. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan PLN di Indonesia yang berjumlah 80.320.159 pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden menggunakan aplikasi PLN Mobile minimal sekali dalam sebulan. Metode penentuan sampel berdasarkan *Rumus Slovin*, sehingga diperoleh jumlah minimal sample sebanyak 400 responden.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan *skala likert* 10 poin. Kuesioner terdiri dari 28 pertanyaan yang mewakili variabel eksogen. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis deskriptif dan inferensial. Analisis statistik yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk mengevaluasi hubungan yang relatif kompleks secara stilmutane dan terstruktur Teknik ini dipilih karena estimasi model dihasilkan oleh SEM-PLS umumnya menunjukkan tingkat

kekuatan statistik yang lebih tinggi serta memberikan hasil yang serupa dalam signifikansi statistik dan estimasi koefisien jalur (de Filho et al., 2020). SEM-PLS memiliki keunggulan dalam hal pemodelan karena SEM-PLS mengizinkan model dengan indikator reflektif dan formatif (Sarwono, 2018). Di dalam SEM-PLS terdapat istilah inner model dan outer model. Inner model adalah model struktural hubungan antar variabel laten, sedangkan outer model adalah model pengukuran (bersifat refleksif atau formatif) (Salisu, 2020).

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan model pengukuran valid dan reliabel. Analisis model luar mengevaluasi hubungan antara variabel laten dan indikator, yang terdiri dari tiga kriteria yaitu: Validitas Konvergen, Reliabilitas (Reliabilitas Komposit, *Cronbach's Alpha*, Analisis *Average Variance Extracted*), dan Validitas Diskriminan. Analisis model dalam atau model struktural juga dievaluasi untuk menilai *R square* nilai serta analisis jalur (Sarwono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan jumlah responden laki-laki (54,7%) dan perempuan (45,3%). Dari segi umur jumlah responden terbanyak adalah 21-25 tahun (37,9%); Dari latar belakang Pendidikan jumlah responden terbanyak adalah Sarjana S1 (48,5%); Dari lama

menggunakan aplikasi jumlah responden terbanyak adalah <1 tahun (69,9%) dan; Dari sisi pekerjaan responden terbanyak adalah karyawan swasta (39,4%) seperti tampilan pada tabel 1.

Tabel 1. Respondent Demographic (n = 612)

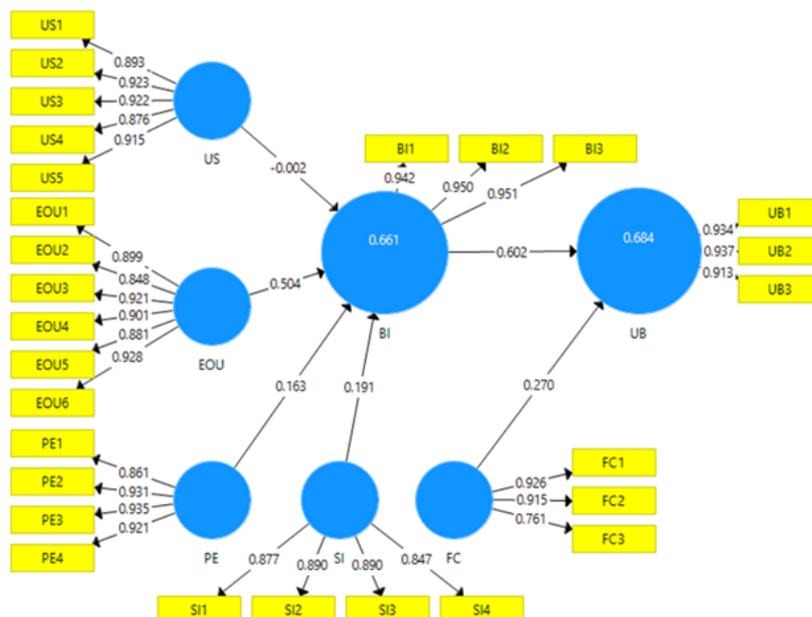
Characteristic	Frequency	Percentage
Gender		
Male	335	54,7%
Female	277	45,3%
Age		
< 21 tahun	45	7,4%
21-25 tahun	232	37,9%
26-30 tahun	107	17,5%
31-35 tahun	66	10,8%
36-40 tahun	60	9,8%
> 40 tahun	102	16,7%
Educational Background		
SMP/Sederajat	1	0,1%
SMU/Sederajat	122	19,9%

Diploma (D3)	168	27,5%
Sarjana (S1)	297	48,5%
Magister (S2)	24	3,9%
Length of time Using PLN Mobile		
< 1 tahun	428	69,9%
> 1 s.d 3 tahun	159	26,0%
> 3 s.d 5 tahun	25	4,1%
Occupation		
Ibu Rumah Tangga	18	2,9%
Karyawan Swasta	241	39,4%
Pegawai Negeri Sipil/BUMN	226	36,9%
Pelajar	46	7,5%
TNI/Polri	7	1,1%
T o t a l	612	100%

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

Analisis outer model khususnya uji *Convergent Validity* menemukan bahwa semua indikator menunjukkan nilai outer loading 0,7 (Gambar 2). Uji reliabilitas juga menunjukkan hasil yang memuaskan, dimana *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* keduanya memiliki nilai 0,7 dan AVE memiliki nilai 0,5 (Tabel 2). Hasil tersebut menunjukkan stabilitas yang tinggi serta konsistensi, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk penelitian adalah instrumen yang sesuai, valid, dan reliabel dan semua pertanyaan

yang diberikan mampu mengukur setiap konstruk dengan sangat baik. Selanjutnya, uji *Discriminant Validity* juga menemukan bahwa nilai *cross-loading* masing-masing indikator memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dengan variabel masing-masing dibandingkan variabel lainnya, sehingga masing-masing indikator terbukti merupakan komponen yang sesuai dari konstruk terkaitnya (Tabel 3) (Hussein, 2015; Priyatno, 2013).



Gambar 2. Convergent Validity Model (outer loading value)

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

Tabel 2. Reliability Test (Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE)

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Behavioral Intention (BI)	0.943	0.964	0.898
Ease of use (EOU)	0.951	0.961	0.804
Facilitating Conditions (FC)	0.840	0.903	0.759
Performance Expectancy (PE)	0.933	0.952	0.833
Sosial Influence (SI)	0.901	0.929	0.767
Use Behavior (UB)	0.919	0.949	0.861
Usefulness (US)	0.945	0.958	0.821

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

Sedangkan analisis inner model menemukan bahwa nilai *R square variabel endogenous Use Behavior (UB)* sebesar 0,684 yang berarti variabilitas konstruk *Use Behavior (UB)* dapat dijelaskan dengan baik oleh *Usefulness (US)*, *Ease of Use (EOU)*, *Performance Expectancy (PE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Condition (FC)*, dan

Behavioral Intention (BI) sebesar 68,4%, sedangkan sisanya 31,6% akan dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai *R square* sebesar 0,684 menunjukkan persamaan struktural model dan kapabilitas variabel eksogen yang kuat dalam menjelaskan variabel endogen (Ferdinand, 2014; Ghozali & Latan, 2015; Haryono, 2017).

Table 3. Discriminant Validity Test (cross-loading value)

	(BI)	(EOU)	(FC)	(PE)	(SI)	(UB)	(US)
BI.1	0.942	0.761	0.739	0.734	0.691	0.736	0.706
BI.2	0.950	0.768	0.736	0.732	0.682	0.765	0.690
BI.3	0.951	0.737	0.706	0.690	0.663	0.797	0.678
EOU.1	0.714	0.899	0.710	0.744	0.654	0.577	0.741
EOU.2	0.687	0.848	0.709	0.847	0.693	0.560	0.834
EOU.3	0.757	0.921	0.749	0.791	0.715	0.630	0.784
EOU.4	0.706	0.901	0.744	0.812	0.746	0.654	0.810
EOU.5	0.679	0.881	0.744	0.755	0.702	0.611	0.723
EOU.6	0.742	0.928	0.795	0.811	0.730	0.647	0.804
FC.1	0.750	0.785	0.926	0.786	0.766	0.697	0.755
FC.2	0.728	0.780	0.915	0.749	0.705	0.701	0.716
FC.3	0.490	0.570	0.761	0.586	0.621	0.482	0.576
PE.1	0.728	0.810	0.724	0.861	0.713	0.598	0.779
PE.2	0.687	0.805	0.744	0.931	0.724	0.625	0.823
PE.3	0.691	0.811	0.762	0.935	0.745	0.652	0.833
PE.4	0.655	0.795	0.756	0.921	0.708	0.632	0.815
SI.1	0.512	0.614	0.636	0.650	0.877	0.523	0.598
SI.2	0.537	0.622	0.626	0.662	0.890	0.524	0.624
SI.3	0.620	0.700	0.733	0.706	0.890	0.618	0.699
SI.4	0.768	0.775	0.770	0.733	0.847	0.685	0.721
UB.1	0.729	0.618	0.678	0.628	0.639	0.934	0.607
UB.2	0.733	0.644	0.690	0.660	0.630	0.937	0.627
UB.3	0.787	0.642	0.668	0.626	0.638	0.913	0.600
US.1	0.657	0.754	0.667	0.785	0.663	0.593	0.893
US.2	0.627	0.762	0.692	0.802	0.680	0.578	0.923

US.3	0.656	0.806	0.722	0.810	0.709	0.602	0.922
US.4	0.694	0.813	0.753	0.792	0.701	0.597	0.876
US.5	0.662	0.810	0.735	0.843	0.707	0.612	0.915

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

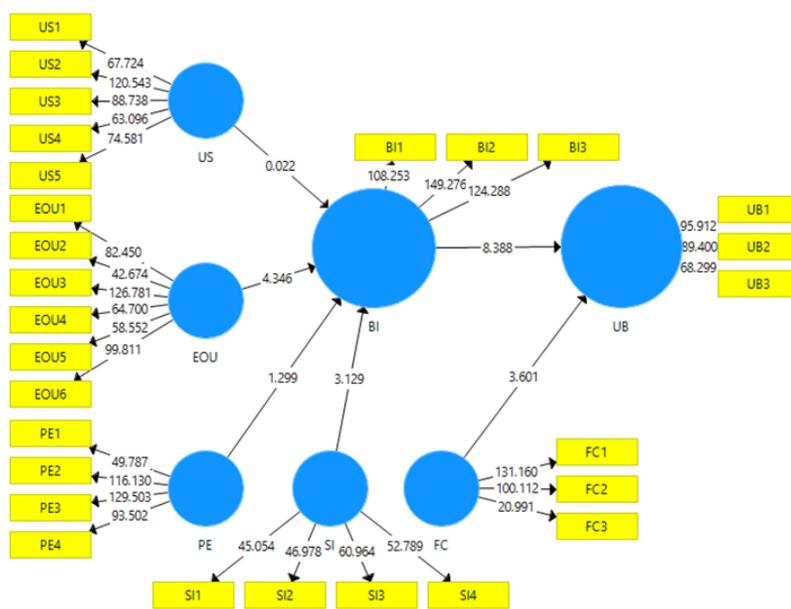
Pengujian hipotesis disimpulkan berdasarkan analisis jalur, mengacu pada nilai signifikansi T-statistik atau nilai P. T-statistik atau nilai P dalam analisis jalur menunjukkan signifikansi atau besarnya dampak yang dimiliki konstruk laten. Suatu hipotesis dikatakan berpengaruh signifikan jika *T-statistic* lebih dari 1,0960 atau nilai P lebih kecil dari 0,05, sedangkan nilai *Original Sample Estimate* menunjukkan arah dan besarnya konstruk (Ferdinand, 2014; Ghozali & Latan, 2015; Haryono, 2017; Husein, 2015; Priyatno, 2013). Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa variabel *Ease of Use* (EOU), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Performance Expectancy* (PE) dan

Behaviorial Intention (BI) memiliki nilai T-statistik lebih tinggi dari 1,0960, sedangkan *Usefulness* (US) dan memiliki nilai T -nilai statistik di bawah 1,0960 (Tabel 4). Temuan ini menunjukkan bahwa dari enam variabel yang dievaluasi, hanya satu variabel *Usefulness* (US) yang tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* (UB). Dari analisis jalur juga diketahui bahwa *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh paling besar dengan nilai T-statistik 7,893 dan nilai *Original Sample Estimate* 0,602 terutama pada indikator BI.2 dengan T-statistik 149,276 (Gambar 3).

Tabel 4. Path Analysis Results

Hipotesis	Path	Original Sample	T-statistik (O/STDEV)	Interpretasi
H1	US > BI	-0.002	0.023	Hipotesis ditolak
H2	EOU > BI	0.504	4.619	Hipotesis diterima
H3	PE > BI	0.163	1.406	Hipotesis diterima
H4	SI > BI	0.191	3.133	Hipotesis diterima
H5	FC > UB	0.270	3.390	Hipotesis diterima
H6	BI > UB	0.602	7.893	Hipotesis diterima

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021



Gambar 3. Path Model (T-statistic value)

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS, 2021

Perceived usefulness merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Semakin seseorang merasakan manfaat dari suatu produk yang ditawarkan maka minat terhadap produk tersebut juga akan meningkat. Namun di lain sisi penelitian ini menemukan bahwa variable *Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention*. Ini merupakan temuan yang menarik mengingat bahwa kegunaan aplikasi seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam mengadopsi suatu aplikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa ternyata ada banyak aplikasi yang bersifat substitusi terutama dalam hal pembayaran rekening listrik. Begitu juga untuk fitur pengaduan ke PLN ini pun masih bisa dilakukan dengan menghubungi layanan Call Center PLN 123, hal ini menjadikan walaupun pelanggan tidak mengadopsi aplikasi PLN Mobile masih ada jalan lain untuk tetap berhubungan dengan PLN.

Ease of use terkait dengan bagaimana kemudahan operasional bertransaksi secara online. Biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi online dan cenderung mengurungkan niatnya karena faktor keamanan serta belum tahu cara bertransaksi online. Di lain pihak, terdapat calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena telah mendapatkan informasi tentang tata cara bertransaksi secara online. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Semakin mudah sebuah aplikasi ebanking digunakan maka minat nasabah dalam menggunakan produk yang bersangkutan juga akan makin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh (Ashsifa, 2020) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hal ini akan meningkatkan niat untuk menggunakan ebanking secara berkelanjutan dimana kepuasan pelanggan merupakan salah satu prediktor terhadap niat penggunaan mobile banking secara berkelanjutan.

Performance expectancy diartikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja dalam pekerjaannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia dkk, 2018) menunjukkan bahwa

performance expectancy secara positif memiliki pengaruh terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) sehingga pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat dalam *performance expectancy* merupakan hal penting dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan internet banking. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Budiman, 2020) menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku.

Social influence didefinisikan sejauh mana seorang individu dapat dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan sistem. Penelitian yang dilakukan oleh (Wardani, 2018) menunjukkan bahwa *social influence* memiliki hubungan positif terhadap *behavioral intention*. Dimungkinkan pengaruh ini dikarenakan adanya promosi-promosi yang dilakukan penyedia terkait layanan BNI internet banking sehingga masyarakat mengetahui tentang layanan BNI internet banking. Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia dkk, 2018) menunjukkan bahwa *social influence* secara positif memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* sehingga pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat dalam *social influence* merupakan hal penting dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan internet banking.

Facilitating condition didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sarana dan prasarana yang ada mendukung dalam penggunaan suatu system aplikasi. Pada penelitian (Mulyani, 2018) menunjukkan bahwa *facilitating condition* mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan Aplikasi Ojek Online. Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia dkk, 2018) menunjukkan bahwa *Facilitating Condition* secara positif memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* sehingga pengguna beranggapan bahwa indikator yang terdapat dalam *facilitating condition* merupakan hal penting dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan internet banking.

Keyakinan individu terhadap manfaat suatu sistem mampu meningkatkan minat, kemudian individu tersebut akhirnya akan menggunakan sistem tertentu dalam aktivitasnya, ataupun dapat dikatakan bahwa keyakinan akan imbalan yang diperoleh di masa mendatang adalah suatu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan terhadap perilaku penggunaannya (Thompson et al., 1991). Penelitian (Venkatesh et al., 2003) menjelaskan bahwa terjadi hubungan yang

langsung serta signifikan antara minat penggunaan sistem informasi terhadap perilaku penggunaannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi dan Ariyanto, 2017) menunjukkan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan mobile banking. Penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi, 2018) menunjukkan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, ini berarti

IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian ini menekankan pentingnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk mengadopsi aplikasi PLN Mobile. Di Era New Normal telah terjadi pergeseran perilaku konsumen yang diikuti dengan preferensi dan tuntutan akan pelayanan. Adanya penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), situasi yang tidak pasti, serta faktor lainnya menyebabkan masyarakat kini bergantung pada teknologi digital dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari, yang kemudian menjadi kebiasaan baru (Bounie et al., 2020; Chang & Meyerhoefer, 2020; Kim, 2020; Li & Li, 2020). Momentum ini menjadi sangat relevan dengan relaunching aplikasi New PLN Mobile untuk menjawab kebutuhan masyarakat terkait pelayanan

SIMPULAN DAN SARAN

Minat masyarakat untuk mengadopsi aplikasi PLN Mobile paling besar dipengaruhi oleh niat perilaku (*behavior intention*), disusul dengan kemudahan penggunaan (*ease of use*), dukungan fasilitas (*facilitating condition*), pengaruh social (*social influence*), dan ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) yang dipengaruhi oleh kondisi New Normal seperti saat ini. Dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya temuan bahwa kegunaan (*usefulness*) tidak terlalu berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavior intention*) dikarenakan untuk aplikasi pembayaran rekening listrik, saat ini telah banyak tersedia aplikasi pembayaran lain yang bersifat substitusi, untuk melakukan transaksi pembayaran rekening listrik. Begitu pula dengan pelayanan pengaduan pelanggan bisa tetap melaporkan pengaduan

semakin banyak pengguna yang bersedia menggunakan layanan transportasi online, itu akan berdampak pada penggunaan layanan transportasi online di masa mendatang. Penelitian yang dilakukan oleh (Oktafani dan Sisilia, 2020) menunjukkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *use behavior of acceptance*.

kelistrikan. Tantangan yang muncul saat ini adalah bagaimana PLN dapat menjadikan kemudahan mendapatkan listrik sebagai suatu gaya hidup (*electrifying lifestyle*). Hal ini dapat dilakukan dengan: 1) Menawarkan kemudahan penggunaan aplikasi PLN Mobile; 2) Meningkatkan performa dari aplikasi PLN Mobile; 3) Menggunakan influencer untuk mengajak masyarakat menggunakan aplikasi PLN Mobile; 4) Ketersediaan aplikasi untuk platform Android dan Iphone; 5) Mengarahkan layanan menggunakan aplikasi PLN Mobile dengan membatasi pelayanan secara offline atau tatap muka; 6) Penambahan dan penyempurnaan fitur aplikasi PLN Mobile secara berkelanjutan.

melalui Call Center PLN 123 sehingga responden merasa bahwa kegunaan aplikasi PLN Mobile kurang memadai.

Di sisi lain, penelitian ini masih memiliki keterbatasan dimana belum dimasukkannya unsur-unsur risiko, seperti risiko privasi berkenaan dengan data pribadi terkait dengan penggunaan aplikasi ini dan risiko-risiko lainnya, sehingga ini menjadi salah satu keterbatasan penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya memasukan faktor-faktor organisasi seperti dukungan Manajemen Puncak, Budaya Organisasi, Kapabilitas Informasi Teknologi untuk memperkuat model UTAUT dalam mengevaluasi niat menggunakan aplikasi dan perilaku penggunaan aplikasi PLN Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., dan Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. (2018). Faktor-

Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna

- Internet Banking BRI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 2, no. 10, p. 3315-3322, feb. 2018. ISSN 2548-964X.
- Ashsifa Izza. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal Technobiz*. Vol. 3 No. 1
- Bounie, D., Camara, Y., & Galbraith, J. W. (2020). Consumers' Mobility, Expenditure and Online-Offline Substitution Response to COVID-19: Evidence from French Transaction Data. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3588373>
- Budiman, (2020), Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Adopsi Mobile Banking Di Indonesia, e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1.
- Chang, H.-H., & Meyerhoefer, C. (2020). COVID-19 and the Demand for Online Food Shopping Services: Empirical Evidence from Taiwan. In *NBER Working Paper No. 27427*. <https://doi.org/10.3386/w27427>
- Davis. F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*. 13(3). 319-340. doi:10.2307/249008
- de Filho. J. M., Matos. S., Trajano. S., & Lessa. B. (2020). Determinants of social entrepreneurial intentions in a developing country context. *Journal of Business Venturing Insights*. 14(April). <https://doi.org/10.1016/j.jbv.2020.e00207>
- Fauzi Achmad, (2018), Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telkom University), e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2
- Febrima dan Zulkarnain. (2019). Analisis Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Dan Adopsi Internet Banking Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pangkalan Kerinci. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*. Vol. XI. No. 2.
- Ferdinand, A. T. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Squares, Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel PLS* (1st ed.). Luxima Metro Media.
- Hussein, A. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan SmartPLS 3.0. Universitas Brawijaya.
- Kim, R. Y. (2020). The Impact of COVID-19 on Consumers: Preparing for Digital Sales. *IEEE Engineering Management Review*. <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.2990115>
- Li, K. J., & Li, X. (2020). COVID-19 Pandemic: Social Distancing, Public Policy, and Market Response. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3593813>
- Mulyani Asri. (2018). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*. Vol. 15 No. 2.
- Oktafani dan Sisilia. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (Utaut2) pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*. Volume VI No. 1.
- Pertiwi dan Ariyanto. (2017). Penerapan Model Utaut2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.18.2.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Media Kom.
- Salisu. J. B. (2020). Entrepreneurial training effectiveness, government entrepreneurial supports and venturing of TVET students into IT related entrepreneurship – An indirect-path effects analysis. *Heliyon*. 6(11). e05504. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05504>
- Sarwono. J. (2018). *Statistik Untuk Riset Skripsi*. Andi.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.W. 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15 (1), pp:124- 143.
- Venkatesh. V., & Davis. F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*. 46(2). 186-204. doi:10.1287/mnsc.46.2.186.11926
- Venkatesh. V., Morris. M. G., Davis. G. B., & Davis. F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Management Information Systems Quarterly*. 27(3). 425-478.
- Wardani Ilal. (2018). Analisis Minat Pengguna Layanan Bni Internet Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). e-Proceeding of Management : Vol.5. No.2
- Evi Yani., Ade Fitria Lestari., Hilda Amalia., Ari Puspita. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*. Vol. 5 No. 1.