

**ANALISIS & USULAN PENINGKATAN  
NIAT MENGUNDUH APLIKASI  
PERENCANAAN KEUANGAN X**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh**

**Nama : Christian Sandjaja**

**NPM : 2016610113**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2020**

**ANALISIS & USULAN PENINGKATAN  
NIAT MENGUNDUH APLIKASI  
PERENCANAAN KEUANGAN X**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh

Nama : Christian Sandjaja

NPM : 2016610113



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Christian Sandjaja  
NPM : 2016610113  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : ANALISIS & USULAN PENINGKATAN NIAT  
MENGUNDUH APLIKASI PERENCANAAN  
KEUANGAN X

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Juli 2020

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

**Dosen Pembimbing**

(Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M.)

## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Christian Sandjaja

NPM : 2016610113

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**ANALISIS & USULAN NIAT MENGUNDUH APLIKASI PERENCANAAN  
KEUANGAN X**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Jakarta, 2 Juli 2020



Christian Sandjaja

NPM : 2016610113

## ABSTRAK

Perusahaan X merupakan salah satu penyedia layanan perencanaan keuangan dalam bentuk aplikasi. Pada tahun 2019, jumlah pengunduh baru aplikasi Perusahaan X mengalami tren penurunan. Perusahaan ingin meningkatkan jumlah pengunduh barunya di tahun 2020. Hal tersebut mengindikasikan bahwa jika masalah penurunan tidak diselesaikan, maka Perusahaan X tidak dapat mencapai targetnya di tahun 2020. Pihak Perusahaan X terus melakukan upaya untuk meningkatkan jumlah pengunduh barunya. Namun, perusahaan tidak mengetahui secara pasti faktor yang mempengaruhi niat mengunduh seseorang sehingga upaya yang telah dilakukan menjadi tidak efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengunduh aplikasi perencanaan keuangan. Faktor-faktor tersebut dijadikan dasar untuk merumuskan rancangan usulan. Model penelitian dikembangkan berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT 2) dengan menambahkan variabel *rating* dan *product knowledge*. Variabel UTAUT 2 terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Terdapat 9 variabel dalam model yang diduga memengaruhi secara positif niat mengunduh aplikasi perencanaan keuangan. Data dikumpulkan dengan metode survei dan mendapatkan 170 responden. Pengujian model pengukuran dan model struktural dilakukan dengan menggunakan PLS-SEM.

Hasil penelitian ini adalah menghasilkan tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap niat mengunduh aplikasi perencanaan keuangan. Variabel tersebut adalah *rating*, *product knowledge*, dan *performance expectancy*. Usulan dirancang berdasarkan *Importance-Performance Matrix* (IPMA) untuk mengetahui prioritas perbaikan. Terdapat tujuh buah usulan yang mencakup ketiga variabel dan telah didiskusikan bersama pihak perusahaan. Hasil diskusi menghasilkan 6 buah usulan diterima dan 1 buah usulan terkonfirmasi.

Kata Kunci : Aplikasi perencanaan keuangan, *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT 2), *Rating*, *Product Knowledge*.

## **ABSTRACT**

*Company X is one of the providers for financial planning services in the form of applications. In 2019, number of new user download shows a declining trend. Company X wants to increase number of new user in 2020. This indicates that if Company X doesn't solve declining issue, then Company X won't achieve its target in 2020. Company X continuously improve their services in order to increase new user quantity. However, Company X does not yet understand the factors that influence one's intention to download financial planning application hence making the effort inefficient.*

*This research's aim is to identify factors that influence intention to download financial planning application. These factors will become the basis for future improvements. Research model was developed based on Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2) by adding rating and product knowledge variables. The UTAUT 2 variables are performance expectancy, effort expectations, facilitation conditions, social influence, habits, hedonic motivation, and price value. All nine variables are expected to influence intention to download financial planning application significantly. Data was collected by survey method and was able to obtained 170 respondents. Measurement modes and structural model was tested using PLS-SEM.*

*The results of this research are three variables influence intention to download financial planning application significantly. These variables are rating, product knowledge, and performance expectancy. Proposed improvements are designed based on Importance-Performance Matrix (IPMA) to determine improvement priorities. There are 7 proposed improvements which cover all three variables and these proposed improvements were discussed with Company X. Discussion resulted in 6 improvements being accepted and 1 improvements being confirmed.*

**Keyword:** *Financial Manager Application, Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2), Rating, Product Knowledge.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, laporan skripsi dengan judul “Analisis & Usulan Peningkatan Niat Menngunduh Aplikasi Perencanaan Keuangan X” dapat selesai tepat waktu. Laporan skripsi ini disusun dalam rangka salah satu syarat mencapai gelar Sarjana dalam bidang Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Laporan skripsi ini tidak terlepas dari tantangan dan kendala selama proses penulisannya. Adapun bantuan, bimbingan, dan saran yang penulis peroleh untuk menghadapi tantangan dan kendala tersebut. Pada kesempatan ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini:

1. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, waktu, dan tenaga dalam setiap proses penelitian hingga akhirnya dapat selesai.
2. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD.,Ph.D.dan Ibu Clara Theresia, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal dan sidang skripsi yang telah memberikan masukan untuk penelitian skripsi.
3. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan doa selama penelitian.
4. Pihak Perusahaan X yang bersedia menjadi objek penelitian dan meluangkan waktu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Tempat bermain, belajar, dan bekerja penulis selama masa kuliah yakni Ring 1 HMPSTI 2018/2019. Anastasia Widjaja, Anggia Glory, Claudia Grace, Dhea Vatasa, Erik Novaldy, Felicia Evelyne, Mathew Samtani, Mazalvar Rachmat, Ricky, Vania Edra, dan Zakinisma Nurhaddian yang telah membantu dan mendukung selama proses penelitian berlangsung.
6. Sahabat penulis lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
7. Teman-teman Kelas A Angkatan 2016 yang telah menemani dinamika belajar selama masa kuliah.
8. Seluruh dosen Teknik Industri UNPAR yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh kuliah.

9. Pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat banyak ruang untuk perbaikan atas penelitian. Maka, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar banyak pihak dapat memperoleh manfaat atas penelitian ini. Atas segala doa dan dukungan, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 26 Juli 2020

Christian Sandjaja



# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	I-1
I.1    Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2    Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	I-4
I.3    Batasan Masalah dan Asumsi .....	I-7
I.4    Tujuan Penelitian .....	I-7
I.5    Manfaat Penelitian .....	I-7
I.6    Metodologi Penelitian .....	I-8
I.7    Sistematika Penulisan .....	I-11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	II-1
II.1 <i>Smartphone</i> .....	II-1
II.2 <i>Personal Finance Management</i> .....	II-1
II.3    Adopsi, Penerimaan, dan Difusi Teknologi .....	II-2
II.4    Model-model Adopsi Teknologi .....	II-2
II.4.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	II-2
II.4.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> 1 & 2 (UTAUT 1 & UTAUT 2) .....	II-3
II.5    Metode Pengumpulan Data .....	II-6
II.6    Sampel dan Teknik Sampling .....	II-7
II.7    Skala Pengukuran .....	II-8
II.8 <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	II-9
II.9 <i>Importance-Performance Matrix (IPMA)</i> .....	II-11

<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>III-1</b>
III.1. Pengembangan Model .....	III-1
III.2. Operasionalisasi Variabel .....	III-6
III.3. Pengumpulan Data .....	III-9
III.4. Profil Responden.....	III-14
III.5. Pengujian Model Pengukuran.....	III-15
III.6. Pengujian Model Struktural.....	III-22
III.7. Pengujian <i>Importance-Performance Matrix</i> <i>Analysis (IPMA)</i> .....	III-25
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Profil Responden .....	IV-1
IV.2 Analisis Hasil Model Penelitian .....	IV-2
IV.3 Analisis Penentuan Pemberian Usulan Perbaikan.....	IV-6
IV.4 Rancangan Usulan Perbaikan .....	IV-6
IV.4.1 Usulan Perbaikan <i>Rating</i> .....	IV-6
IV.4.2 Usulan Perbaikan <i>Product Knowledge</i> .....	IV-11
IV.4.3 Usulan Perbaikan <i>Performance Expectancy</i> .....	IV-13
IV.4.4 Rekapitulasi Usulan Perbaikan .....	IV-14
IV.5 Evaluasi Usulan Perbaikan .....	IV-15
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran .....	V-1

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 SEM dan <i>Factor Analysis</i> .....	II-9
Tabel III.1 Hasil wawancara .....	III-1
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel .....	III-6
Tabel III.3 Hasil <i>pre-test</i> tahap pertama.....	III-11
Tabel III.4 Hasil <i>pre-test</i> tahap kedua .....	III-11
Tabel III.5 Profil Responden.....	III-14
Tabel III.6 <i>Internal Consistency Reliability</i> 1 .....	III-17
Tabel III.7 <i>Indicator Reliability</i> 1 .....	III-18
Tabel III.8 Hasil Pemeriksaan <i>Composite Reliability</i> dan AVE.....	III-19
Tabel III.9 <i>Internal Consistency Reliability</i> 2.....	III-19
Tabel III.10 <i>Indicator Reliability</i> 2 .....	III-20
Tabel III.11 <i>Convergent Validity</i> .....	III-21
Tabel III.12 <i>Discriminant Validity</i> .....	III-21
Tabel III.13 <i>Inner VIF</i> .....	III-22
Tabel III.14 Uji Signifikansi <i>Path Coefficient</i> .....	III-23
Tabel IV.1 Rekapitulasi Rancangan Usulan .....	IV-15

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia 2016-2019.....	I-2
Gambar I.2 Aplikasi Perusahaan X .....	I-3
Gambar I.3 Jumlah Pengunduh Baru Aplikasi Perusahaan X.....	I-4
Gambar 1.4 Diagram Alir Metodologi Penelitian .....	I-10
Gambar II.1 Model TAM.....	II-3
Gambar II.2 Model UTAUT 1 .....	II-4
Gambar II.3 Model UTAUT 2 .....	II-5
Gambar III.1 Model Penelitian .....	III-3
Gambar III.2 <i>Path Model</i> 1.....	III-16
Gambar III.3 Hasil Pengujian Model Struktural .....	III-25
Gambar III.4 <i>Importance-Performance Matrix</i> .....	III-26
Gambar IV.1 <i>Review</i> Aplikasi Perusahaan X Mei 2020 .....	IV-7
Gambar IV.2 Komentar Negatif Aplikasi Perusahaan X .....	IV-8
Gambar IV.3 Tampilan <i>In-app Review</i> .....	IV-10
Gambar IV.4 Rekapitulasi Rancangan Usulan.....	IV-15

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian .....	A-1
---------------------------------------	-----

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai pendahuluan atau langkah awal dari penelitian yang akan dilakukan. Pembahasan di bab ini adalah mengenai masalah yang diteliti pada objek penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi penelitian serta metodologi dari penelitian yang dilakukan.

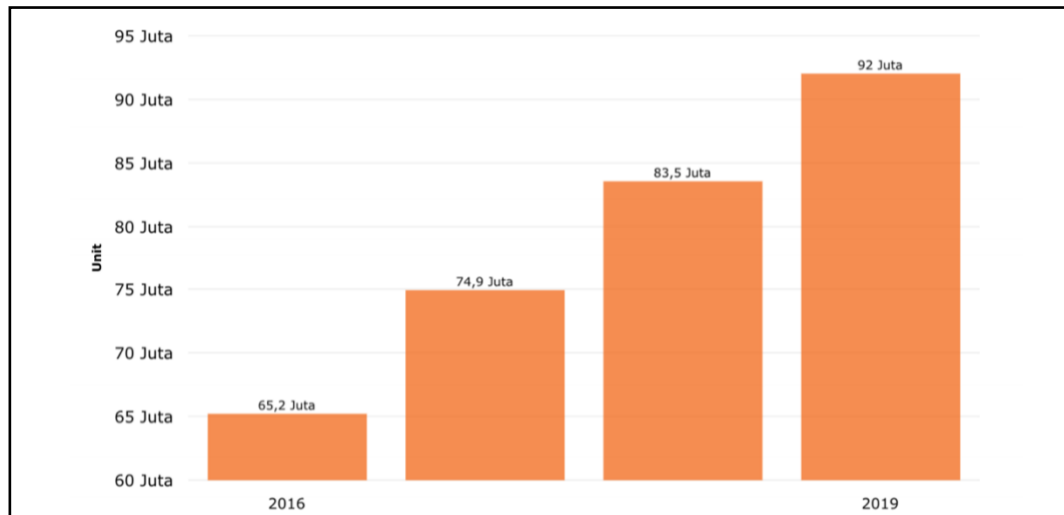
### I.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi membuat segala aspek hidup mengalami perubahan. Perkembangan tersebut turut menyentuh bidang jasa keuangan yang disediakan oleh perusahaan finansial. Layanan finansial yang dipadukan dengan teknologi atau disebut *Financial Technology (Fintech)* sudah menjadi bagian dari kehidupan bermasyarakat melalui layanan pembayaran dan pendanaan. Fenomena ini tidak lepas dari beberapa keuntungan yang *fintech* tawarkan yakni pelayanan yang lebih efisien, memiliki biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan layanan perbankan konvensional, lebih hemat biaya, dan sering kali melayani secara langsung melalui sarana internet atau seluler (ASBA, 2017).

Menurut Bank Indonesia (Franedya & Bosnia, 2018), *fintech* terbagi menjadi empat kategori yakni *crowdfunding & Peer-to-peer lending*, *market aggregator*, *risk & investment management*, dan *payment, settlement, and clearing*. *Crowdfunding* dan *peer-to-peer lending* adalah tempat dimana investor dan pencari modal bertemu untuk pinjam meminjam. *Market aggregator* adalah tempat untuk mengumpulkan dan menunjukkan data finansial kepada pengguna. *Risk & investment management* adalah perencana keuangan dalam bentuk digital. *Payment, settlement, dan clearing* adalah portal pembayaran yang terdigitalisasi. Indonesia memiliki 164 perusahaan *fintech* yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan per tanggal 20 Desember (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Terdapat berbagai media teknologi yang digunakan oleh *fintech* untuk memberikan layanannya seperti *website*, perangkat lunak, dan tidak terkecuali aplikasi pada *smartphone*. Tingkat penetrasi internet di Indonesia sendiri sudah

mencapai 64,8% dari populasi Indonesia (APJII, 2018). Sedangkan, tingkat pertumbuhan *smartphone* di Indonesia menunjukkan tren positif seperti pada Gambar I.1. Pada tahun 2019, terdapat 92 juta unit *smartphone* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Meningkatnya penggunaan *smartphone* akan berdampak pada meningkatnya jumlah aplikasi. Meningkatnya jumlah aplikasi disebabkan oleh kebutuhan konsumen yang semakin kompleks secara khusus dalam literasi keuangan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLK), tingkat literasi keuangan Indonesia tergolong rendah dengan angka sebesar 38% pada tahun 2019 (Cahyani, 2019). Maka, aplikasi secara khusus pada ponsel pintar berusaha menjawab masalah dan peluang dari berbagai kebutuhan konsumen seperti transportasi, hiburan, makanan, hingga layanan finansial.



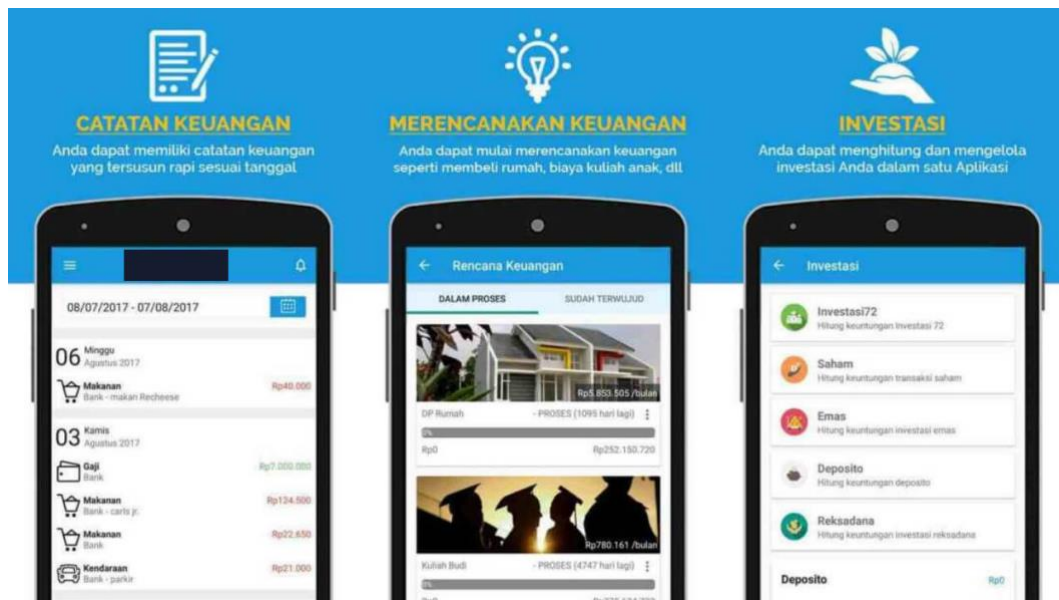
Gambar I.1 Data Pengguna *Smartphone* di Indonesia 2016-2019  
(Sumber: eMarketer, 2015)

Perusahaan X merupakan salah satu perusahaan *fintech* yang memanfaatkan aplikasi sebagai media menyampaikan layanannya. Perusahaan X bergerak dalam bidang *risk & investment management*. Perusahaan X merupakan usaha yang bergerak dalam perencanaan keuangan yang berdiri sejak awal tahun 2013. Perusahaan X memiliki kantor yang terletak di Kota Bandung. Misi dari Perusahaan X adalah membantu mewujudkan tujuan keuangan konsumen dengan edukasi dan perencanaan keuangan.

Perusahaan X bergerak dalam tiga pilar usaha yakni aplikasi, konsultasi, dan media untuk mencapai misinya. Pilar pertama, aplikasi, merupakan media yang digunakan perusahaan untuk menyediakan layanan perencanaan,



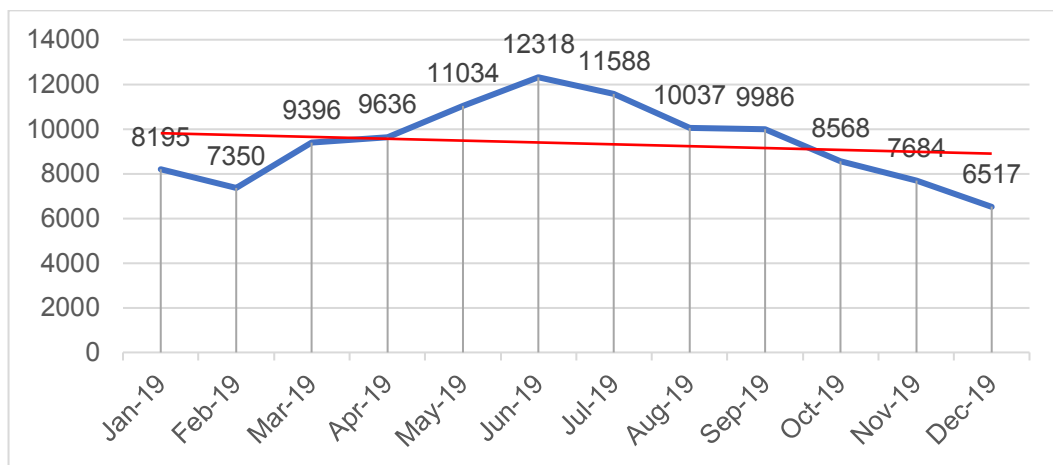
konsultasi, dan literasi keuangan. Tampilan dari aplikasi Perusahaan X dapat dilihat pada Gambar 1.2. Layanan konsultasi diberikan kepada individu atau korporat dalam perencanaan keuangan dan pembukuan usaha. Media berperan sebagai sarana edukasi keuangan. Ketiga pilar tersebut saling terhubung untuk menarik konsumen membeli jasa layanan finansial dari perusahaan. Jasa layanan tersebut diberikan dalam bentuk aplikasi (aplikasi dan *website*), kursus *online*, webinar, seminar dan *workshop*, jasa konsultasi perencanaan keuangan, dan jasa pembuatan laporan keuangan dan pajak untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).



Gambar 1.2 Aplikasi Perusahaan X  
(Sumber: <https://www.droidlime.com/fitur/5-aplikasi-android-untuk-kelola-keuangan-pribadi/>)

Sebagai perusahaan yang tergolong muda di dunia *fintech*, Perusahaan X terus berinovasi untuk tetap berkembang dan bersaing. Salah satu indikator yang digunakan perusahaan dalam mengukur performansinya adalah dengan menghitung jumlah pengunduh aplikasi. Pada tahun 2019, perusahaan menetapkan target prioritas berupa jumlah pengunduh sebanyak 130.000 pengunduh. Target tersebut berhasil dicapai oleh perusahaan. Menurut *Head of Digital Marketing* Perusahaan X, perusahaan hendak meningkatkan jumlah pengunduh aplikasinya pada tahun 2020. Hal yang melatarbelakangi keinginan tersebut adalah agar perusahaan dapat memberikan layanan untuk pengguna yang lebih banyak. Pengguna yang lebih banyak diharapkan mampu

meningkatkan jumlah konsumen yang berlangganan fitur berbayar karena perusahaan merasa memiliki sedikit pengguna layanan berbayar. Berdasarkan data historis pada Gambar I.3, perusahaan mengalami peningkatan jumlah pengunduh baru dari bulan Februari hingga Juni 2019. Namun, terjadi penurunan jumlah pengunduh baru dari bulan Juli hingga Desember 2019. Selain itu, garis merah menunjukkan tren negatif atas jumlah pengunduh aplikasi bulanan. Jika dilihat secara tahunan, terdapat penurunan jumlah pengunduh baru sepanjang tahun 2019.



Gambar I.3 Jumlah Pengunduh Baru Aplikasi Perusahaan X

Berdasarkan permasalahan yang dialami perusahaan, perlu dilakukan upaya agar penurunan jumlah pengunduh baru tidak terus berlanjut. Upaya ini menunjang kehendak perusahaan untuk meningkatkan jumlah pengunduh aplikasinya.

## I.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dalam dunia bisnis, perusahaan tentu menginginkan produk atau layanannya digunakan oleh konsumen. Salah satu layanan dari Perusahaan X hadir dalam bentuk aplikasi ponsel. Seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang, perusahaan hendak meningkatkan jumlah pengunduh aplikasinya pada tahun 2020. Namun, terjadi penurunan jumlah pengunduh baru sepanjang tahun 2019. Penurunan jumlah pengunduh diakibatkan oleh tidak adanya tindakan evaluasi atas upaya perusahaan dalam meningkatkan jumlah pengunduh aplikasinya.

Wawancara dilakukan kepada pihak perusahaan untuk mengetahui lebih lanjut upaya-upaya yang telah dijalankan. Pertama, perusahaan telah melakukan promosi melalui media-media yang dimiliki. Promosi ini diharapkan mampu meningkatkan peluang konsumen untuk mengunduh aplikasi Perusahaan X. Promosi berisikan informasi dunia finansial untuk meningkatkan literasi finansial konsumen. Perusahaan menggunakan media berupa *website*, media sosial, *email* dan buku fisik dalam promosinya. Kedua, perusahaan menambahkan fitur-fitur dalam aplikasi untuk terus bersaing dengan kompetitor. Penambahan fitur ini membuat aplikasi memiliki banyak variasi layanan. Ketiga, perusahaan terus melakukan perbaikan tampilan pada aplikasi.

Upaya-upaya yang dilakukan perusahaan belum mampu sepenuhnya mengajak target pasar untuk mengunduh aplikasi Perusahaan X. Upaya promosi yang telah dilakukan perusahaan mampu membuat konsumen potensial mengetahui keberadaan perusahaan. Namun, hal ini tidak diikuti dengan tindakan mengunduh aplikasi yang dimiliki oleh perusahaan. Wawancara dilakukan terhadap 13 responden dengan mempertimbangkan karakteristik usia 18-35 tahun dan profesi. Responden yang didapatkan sesuai dengan rentang usia dan terbagi menjadi dua profesi yakni pelajar dan pekerja profesional. Berdasarkan hasil responden, terdapat 12 responden mengetahui keberadaan Perusahaan X. Namun, dari 12 responden tersebut terdapat 6 responden tidak mengetahui bahwa perusahaan memiliki aplikasi. Penambahan fitur yang dilakukan tidak berdampak signifikan karena konsumen tidak menggunakan seluruh fitur dalam aplikasi. Konsumen juga merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi meskipun perusahaan terus melakukan perbaikan penampilan.

Perusahaan X menyediakan layanannya secara utuh melalui aplikasi seluler. Sebelum menggunakan aplikasi secara utuh, konsumen harus melalui tahap mengunduh aplikasi agar kelak perusahaan dapat memperkenalkan produknya. Pada implementasinya, perusahaan mengalami tantangan termasuk bagaimana target pasar tertarik untuk mengunduh aplikasi Perusahaan X. Maka, diperlukan strategi untuk meningkatkan jumlah pengunduh aplikasi Perusahaan X.

Salah satu cara untuk merumuskan strategi yang tepat adalah dengan menelusuri hal yang membuat konsumen berniat untuk mengunduh suatu aplikasi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 13 responden, terdapat 62%

responden mempertimbangkan *rating* aplikasi sebelum mengunduh aplikasi dan 54% responden mempertimbangkan komentar pengguna sebelum mengunduh aplikasi. Terkait dengan fungsi aplikasi sendiri, seluruh responden merasa mencatat pemasukan dan pengeluaran adalah penting. Namun, hanya 54% responden yang mencatat pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, Perusahaan X hanya menyediakan aplikasi pada *platform* Android sepanjang tahun 2019. Padahal terdapat 31% responden menggunakan *platform* iOS. Keterbatasan ini membuat perusahaan tidak mampu meraih target pasar secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk mengunduh aplikasi. Dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk mengunduh aplikasi, maka dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunduh aplikasi Perusahaan X.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengunduhan suatu aplikasi ditemukan pada beberapa penelitian terdahulu. Harris, Brookshire, & Chin (2016) melakukan penelitian mengenai intensi konsumen untuk mengunduh aplikasi ponsel dengan pendekatan adopsi teknologi. Penelitian ini didasari oleh penelitian sebelumnya oleh Shen (2015). Tang, Zhang, & Akram (2019) juga melakukan penelitian terhadap minat mengunduh aplikasi berbayar dengan pendekatan adopsi teknologi. Menurut Harris, Brookshire, & China (2016), pengguna perlu mengunduh aplikasi terlebih dahulu untuk selanjutnya dapat mengadopsi atau menggunakan aplikasi sehingga adopsi sehingga penggunaan dengan pengunduhan diasumsikan serupa. Maka, pada penelitian ini dilakukan pendekatan dengan model adopsi teknologi.

Terdapat berbagai macam model adopsi teknologi. Beberapa contoh model adopsi teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*, *the Prospect Theory*, *the Social Cognitive Theory (SCT)*, *the Technology-Organization-Environment Framework (TOE)*, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 1 (UTAUT 1)*, dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*. Model-model tersebut memiliki faktor-faktor independen yang berbeda seiring dengan perkembangan teknologi sendiri.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Perusahaan X, maka diperlukan tindak lanjut agar penurunan jumlah pengunduh baru tidak terus terjadi. Tindak lanjut dimulai dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam mengunduh aplikasi. Dengan mengetahui faktor-faktor yang

mempengaruhi, maka pemberian usulan kepada pihak perusahaan dapat lebih terarah dan tepat sasaran. Maka, pada penelitian ini dibuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk mengunduh sebuah aplikasi keuangan?
2. Apa usulan yang dapat diberikan kepada Perusahaan X untuk meningkatkan jumlah pengunduh?

### **I.3. Batasan dan Asumsi Masalah**

Penelitian yang dilakukan memiliki beberapa batasan dan asumsi yang digunakan. Batasan masalah pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan untuk perusahaan X yang berlokasi di Bandung.
2. Penelitian hanya dilakukan pada aplikasi Perusahaan X yang tersedia di Google Play Store dan Apple Store.
3. Usulan perbaikan yang diberikan tidak diimplementasikan pada penelitian ini.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki asumsi dalam rangka rumusan strategi atas permasalahan bagi Perusahaan X.

1. Tidak terjadi perubahan besar yang dilakukan perusahaan.

### **I.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka terdapat tujuan dari penelitian yang dilakukan. Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan seperti berikut.

1. Mengidentifikasi atribut yang mempengaruhi seseorang untuk mengunduh sebuah aplikasi.
2. Memberikan usulan perbaikan yang dapat diterapkan oleh Perusahaan X untuk meningkatkan jumlah pengunduh.

### **I.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi objek penelitian yakni Perusahaan X. Manfaat dari penelitian sebagai berikut.

1. Perusahaan X mengetahui atribut yang mempengaruhi seseorang untuk mengunduh aplikasinya.

2. Perusahaan X dapat meningkatkan jumlah pengunduh dengan mengetahui atribut yang paling berpengaruh bagi seseorang ketika mengunduh sebuah aplikasi.
3. Penelitian dapat bermanfaat untuk penelitian adopsi teknologi lebih lanjut.

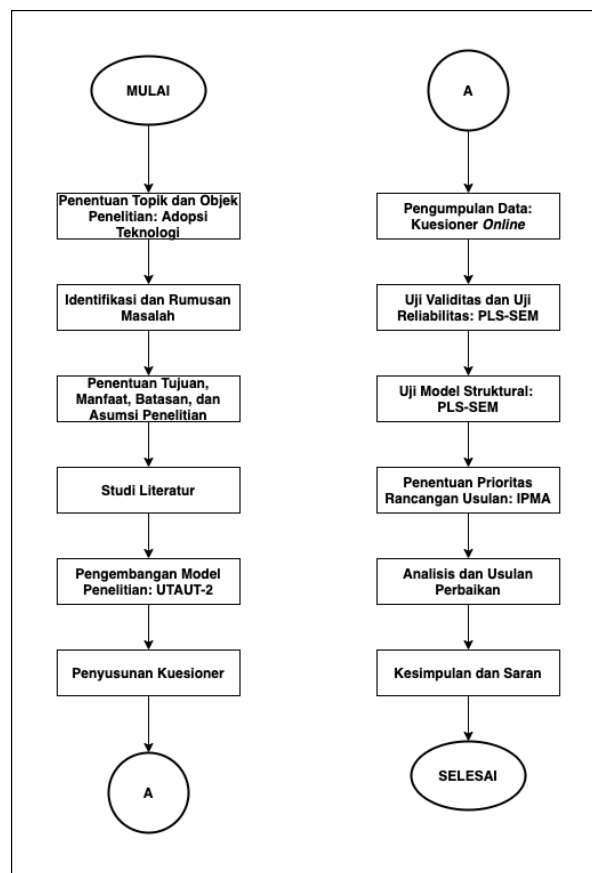
#### **I.6. Metodologi Penelitian**

Metodologi untuk penelitian ini terdiri dari beberapa langkah dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan X secara terstruktur. Tahapan yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar I.4. Berikut ini merupakan tahapan yang dilakukan pada penelitian.

1. **Penentuan Topik dan Objek Penelitian**  
Pada tahap ini dilakukan penentuan objek penelitian yang akan diteliti. Topik penelitian didasarkan atas permasalahan yang dihadapi oleh objek terpilih yakni adopsi teknologi.
2. **Identifikasi dan Rumusan Masalah**  
Tahap identifikasi dan rumusan masalah dilakukan untuk mengetahui gejala atas permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian. Tahap ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada *Head of Digital Marketing* Perusahaan X dan target pasar Perusahaan X. Wawancara dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk mengunduh sebuah aplikasi.
3. **Penentuan Tujuan, Manfaat, Batasan, dan Asumsi Penelitian**  
Tahap ini dibuat agar penelitian memiliki arah yang jelas dalam menjawab kebutuhan objek penelitian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lain yang membutuhkan. Batasan dan Asumsi diberikan pada penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian dengan harapan usulan yang diberikan dapat tepat sasaran.
4. **Studi Literatur**  
Penelitian dilakukan dengan mengacu pada referensi penelitian-penelitian sebelumnya. Studi literatur dilakukan agar penelitian dapat tetap relevan dengan penelitian sebelumnya.

5. Pengembangan Model Penelitian  
Pengembangan model dilakukan berdasarkan studi literatur mengenai penelitian adopsi teknologi. Model yang ditemukan akan dikembangkan sehingga mampu menggambarkan topik penelitian. Model acuan yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT-2)*.
6. Penyusunan Kuesioner  
Kuesioner dibuat berdasarkan definisi dan indikator dari variabel-variabel yang akan diujikan. Kegiatan ini didasarkan atas studi literatur sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan penentuan skala yang digunakan dalam kuesioner. Penyusunan kuesioner juga mencakup jumlah sampel minimal yang harus terpenuhi.
7. Pengumpulan Data  
Pengumpulan data dilakukan dengan membuat survei *online* yang disebar melalui media sosial kepada target pasar objek penelitian yakni orang-orang berusia 18-35 tahun dan memiliki *smartphone*. Data yang terkumpul akan diseleksi untuk selanjutnya diolah.
8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas  
Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap model pengukuran. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukuran yang digunakan sudah tepat. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran mampu memberikan hasil yang konsisten. Metode pengolahan yang digunakan adalah PLS-SEM.
9. Uji Model Struktural  
Pengolahan data dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang membangun intensi seseorang dalam mengunduh aplikasi perencanaan keuangan. Metode pengolahan yang digunakan adalah PLS-SEM.
10. Penentuan Prioritas Rancangan Usulan  
Prioritas rancangan usulan diketahui dengan menggunakan *Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA)*. IPMA memberikan informasi mengenai peringkat variabel yang paling berpengaruh untuk meningkatkan niat mengunduh aplikasi perencanaan keuangan.

11. Analisis & Usulan Perbaikan  
 Analisis dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas terhadap penyebab masalah dan digunakan sebagai landasan dalam merancang usulan. Usulan berfungsi sebagai referensi bagi Perusahaan X dalam melakukan perbaikan terkait dengan masalah yang dihadapi. Usulan didapatkan dari hasil pengujian performansi aplikasi Perusahaan X. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai rata-rata setiap indikator faktor serta tingkat kepentingan masing-masing faktor.
12. Kesimpulan dan Saran  
 Selanjutnya adalah memberikan kesimpulan atas penelitian ini untuk menjawab tujuan penelitian. Pemberian saran ditujukan bagi Perusahaan X serta saran guna mendukung penelitian di masa mendatang.  
 Berdasarkan penjelasan di atas, maka akan disajikan metodologi penelitian dalam bentuk diagram alir pada Gambar I.4 berikut.



Gambar I.4 Diagram Alir Metodologi Penelitian



### **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan skripsi ini terbagi atas beberapa bagian dimana setiap bagian direpresentasikan pada sebuah bab khusus. Sistematika penulisan skripsi berguna untuk mengetahui gambaran umum atas topik-topik pembahasan.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah awal atas penelitian yang dilakukan. Langkah awal tersebut meliputi masalah yang diteliti pada objek penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi penelitian, dan metodologi penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai ulasan atas penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Sumber tinjauan pustaka berasal dari buku, jurnal, artikel, dan berita. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai dasar teori atas penelitian yang dilakukan guna mendukung pengumpulan data, pengolahan data hingga analisis dan usulan.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai model penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data. Model penelitian dibuat berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dilakukan. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan uji literatur untuk menyusun kuesioner hingga penyebaran kuesioner. Pengolahan data terbagi menjadi demografi responden, uji model pengukuran, uji model struktural, dan pengukuran niat mengunduh aplikasi perencanaan keuangan.

## **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab ini akan dielaborasi mengenai hasil pengolahan data berupa analisis data. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, akan dibuat usulan perbaikan untuk Perusahaan X

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi hasil akhir penelitian atau kesimpulan. Kesimpulan berguna untuk menjawab tujuan penelitian. Pada bagian ini, terdapat saran yang berguna bagi Perusahaan X.