

## Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Lalamove Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Zidni Asykar Ilman<sup>1</sup>, Renaldi Saputra<sup>2</sup>, Fellissa Azani Vikar<sup>3</sup>, Khalisha Neldia Putri<sup>4</sup>, Alexsyah Zai Ariyanto<sup>5</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia

correspondence e-mail\*, [zidniilman150@upi.edu](mailto:zidniilman150@upi.edu)<sup>1</sup>, [renaldisaputra05@upi.edu](mailto:renaldisaputra05@upi.edu)<sup>2</sup>,  
[fellissaav05@upi.edu](mailto:fellissaav05@upi.edu)<sup>3</sup>, [khalishaputri@upi.edu](mailto:khalishaputri@upi.edu)<sup>4</sup>, [alexsyahzai@upi.edu](mailto:alexsyahzai@upi.edu)<sup>5</sup>

Submitted: Revised: 2024/01/01 Accepted: 2024/01/11 Published: 2024/06/16

### Abstract

A number of on-demand platforms have arisen with the goal of making the delivery of products easier for all members of society, and Lalamove is one of them. Technological improvements have been a big driver in the growth of the logistics business. The study's overarching goal is to investigate users' impressions and thoughts about the Lalamove app via an exploratory lens. To have a better grasp of the topic at hand, this descriptive qualitative study used a content analysis strategy, which entails reducing the amount of data collected. This study's sample was chosen using a non-probability sampling approach, with a focus on user reviews of the Lalamove app located on the Google Play Store marketplace. Based on the TAM, which centres on the two primary components of perceived utility and perceived ease of use, this model attempts to explain why people adopt new technologies. Based on these findings, it seems that the app is still not as user-friendly as it might be. Despite the app's usefulness in enhancing delivery effectiveness, customers still face hurdles such as connecting couriers with users, registration issues, order cancellation, a tracking system that isn't up to par, and payment options that don't fulfil their expectations. Because of this, the Lalamove app's general usefulness and convenience are diminished due to persistent issues.

### Keywords

Logistics; Perceived ease of use; Perceived usefulness; Technology Acceptance Model (TAM)



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, layanan jasa pengiriman telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dengan tuntutan akan kemudahan dan kecepatan, pengguna akan mempercayakan urusan pengiriman barang mereka pada berbagai aplikasi jasa layanan pengiriman yang tersedia. Dengan banyaknya penyedia layanan jasa pengiriman, perusahaan harus menyiapkan berbagai strategi agar mampu untuk bersaing seiring dengan

banyaknya jumlah pesaing penyedia layanan jasa pengiriman. <sup>1</sup>Umumnya, setiap pelanggan yang menggunakan layanan berharap mendapat layanan yang berkualitas tinggi<sup>2</sup>. Perusahaan yang mampu menyediakan layanan berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik akan memiliki keunggulan yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya karena mampu menciptakan nilai tambah yang superior.<sup>3</sup>

Perusahaan yang beroperasi di bidang layanan jasa sangat terkait erat dengan kualitas layanan karena yang mereka tawarkan kepada pelanggan adalah jasa pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.<sup>4</sup> Usaha kurir atau jasa pengiriman barang pada hakikatnya adalah suatu kegiatan dalam proses pengiriman barang atau paket dan dokumen, baik yang dilakukan oleh perorangan maupun perusahaan.<sup>5</sup> Satu dari perusahaan yang aktif dalam industri layanan pengiriman adalah Lalamove.

Pada tahun 2013, Lalamove didirikan di Hong Kong sebagai platform pengiriman *on-demand* yang bertujuan untuk memberikan layanan pengiriman yang terjangkau, cepat, dan mudah. Di Indonesia sendiri lebih dari 10 juta pengguna mengakses aplikasi lalamove ini untuk menggunakan layanannya. Layanan Lalamove telah diimplementasikan di wilayah Jabodetabek, Bandung, dan sekitarnya. Pertumbuhan bisnis Lalamove telah mencapai tingkat yang signifikan, bahkan dalam kondisi pandemi tahun 2020, kemitraan bisnis Lalamove meningkat sebesar 220 %.<sup>6</sup> Berdasarkan data yang dihimpun oleh situs, pengguna yang menggunakan layanan jasa pengiriman sebanyak 18,75% adalah pengguna Lalamove<sup>7</sup>. Sebagai sebuah perusahaan di sektor layanan yang menjadikan pelayanan sebagai jantung bisnisnya, Lalamove terus berupaya mengembangkan inovasi guna menjamin pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Penggunaan aplikasi Lalamove tentunya mendapat beragam tanggapan dari pengguna, yang meliputi sikap penerimaan maupun penolakan terhadap penggunaan aplikasi tersebut<sup>8</sup>. Oleh karena itu, untuk menentukan apakah pengguna dapat menerima atau menolak aplikasi tersebut, diperlukan analisis. Pandangan dan persepsi pengguna terhadap teknologi bisa memengaruhi sikap mereka terhadap adopsi teknologi<sup>9</sup>.

TAM pertama kali dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1989. Pada tahun 1975, Davis memasukkan gagasan Ajzen dan Fishbein's *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang menyatakan

<sup>1</sup> Putra, R. A. B. et. al (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung).

<sup>2</sup> Tri prasetya, B. V., Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). ISOQUANT : Jurnal

<sup>3</sup> Jaya Sakti, B., & Manajemen, J. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). Diponegoro Journal of Management, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

<sup>4</sup> Febisatria, A. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile JKN. 2(2), 384–394.

<sup>5</sup> Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 11(1), 10–10.

<sup>6</sup> Setya Nugraha, R. (2023). Analisis Positioning Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi (Studi Kasus Perusahaan Lalamove). Jurnal Ilmu205–222. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1249>

<sup>7</sup> Mahendratama, B., Murwanti, S., Dan, E., Universitas, B., Surakarta, M., & Naskah, I. (2024). SEBAGAI MEDIASI INTERVENING ( Studi Empiris Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Surakarta ). 14(1), 211–225.

<sup>8</sup> Fahlevi, P., & Dewi, A. O. . P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). Jurnal Ilmu Perpustakaan, 8(2), 103–111.

<sup>9</sup> Adi, P., & Permana, G. (2018). Penerapan Metode TAM ( Technology Acceptance Model ). 10(1), 1–7.

bahwa keinginan individu mempengaruhi perilakunya .<sup>10</sup> *Technology Acceptance Model (TAM)* berupaya untuk mengkarakterisasi elemen-elemen dengan mempertimbangkan pandangan individu terhadap teknologi, yang mungkin berdampak pada penerapan teknologi tersebut.<sup>11</sup> *Technology Acceptance Model (TAM)* mengantisipasi penerimaan konsumen dengan mempertimbangkan dua konstruktif, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dari suatu teknologi .<sup>12</sup>

TAM pertama kali dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1989. Pada tahun 1975, Davis memasukkan gagasan Ajzen dan Fishbein's *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang menyatakan bahwa keinginan individu mempengaruhi perilakunya .<sup>13</sup> *Technology Acceptance Model (TAM)* berupaya untuk mengkarakterisasi elemen-elemen dengan mempertimbangkan pandangan individu terhadap teknologi, yang mungkin berdampak pada penerapan teknologi tersebut <sup>14</sup> *Technology Acceptance Model (TAM)* mengantisipasi penerimaan konsumen dengan mempertimbangkan dua konstruktif, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dari suatu teknologi .<sup>15</sup>

Persepsi kegunaan merujuk terhadap tingkat keyakinan individu terhadap potensi peningkatan kinerja yang dapat dicapai melalui pemanfaatan suatu teknologi .<sup>16</sup> indikator persepsi kegunaan diuraikan sebagai berikut: (1) *Effectiveness*, merupakan persepsi tentang keefektifan dalam penggunaan sebuah situs web atau sistem, yang biasanya diukur melalui penghematan waktu; (2) *Accomplish faster*, yaitu dimensi yang menggambarkan seberapa cepat suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan dukungan dari suatu sistem; (3) *Useful*, menggambarkan seberapa bermanfaatnya sebuah sistem bagi aktivitas suatu individu; (4) *Advantageous*, merupakan keuntungan-keuntungan yang diperoleh oleh seseorang dari penggunaan suatu sistem.<sup>17</sup>

Tingkat kepercayaan seseorang terhadap kepraktisan dan kurangnya usaha yang diperlukan untuk mengoperasikan teknologi merupakan persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaannya.<sup>18</sup> indikator dalam persepsi kemudahan penggunaan diuraikan sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Ma, Q., & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model. *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1), 59–72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>

<sup>11</sup> Febisatria, A. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile JKN. 2(2), 384–394.

<sup>12</sup> Mahendra, & Irfan. (2022). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi -pada PT . ari jakarta. *Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.

<sup>13</sup> Ma, Q., & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model. *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1), 59–72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>

<sup>14</sup> Febisatria, A. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile JKN. 2(2), 384–394

<sup>15</sup> Mahendra, & Irfan. (2022). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi -pada PT . ari jakarta. *Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.

<sup>16</sup> Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>

<sup>17</sup> Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating perceived behavioral control, computer anxiety and enjoyment into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(1), 3–11. [vvenkate@rhsmith.umd.edu](mailto:vvenkate@rhsmith.umd.edu)

<sup>18</sup> Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4),

(1) *Easyness*, adalah sejauh mana tingkat kemudahan dari penggunaan suatu sistem; (2) *Clear and understandable*, merupakan derajat kejelasan yang dimiliki oleh suatu sistem; (3) *Easy to learn*, adalah tingkat kemudahan mempelajari dan mengadopsi suatu sistem oleh individu; (4) *Overall easiness*, yaitu tingkat keseluruhan kemudahan yang dimiliki oleh suatu sistem.<sup>19</sup>

Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk mengkaji bagaimana pengguna memandang dan berinteraksi dengan aplikasi Lalamove. Data yang diperoleh diambil dari ulasan – ulasan yang ada di platform Google Play Store yang terkait dengan aplikasi Lalamove. Dalam penelitian ini akan diadopsi metode *content analys* (analisis isi) sebagai pendekatan penelitiannya, dengan mengumpulkan data dari ulasan yang di unggah oleh pengguna aplikasi Lalamove di platform *Google Play Store*. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diprakarsai oleh Davis (1989) diaplikasikan sebagai kerangka teoritis. Penggunaan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) didasari dengan kemampuannya dalam memberikan pemahaman yang jelas dan mudah terkait bagaimana teknologi informasi diterima oleh pengguna<sup>20</sup>. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan adalah dua aspek utama yang mungkin memengaruhi motivasi untuk menggunakan teknologi baru .<sup>21</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan sampelnya bersifat non-probabilitas, artinya tidak harus representatif tetapi harus memiliki alasan yang jelas untuk memasukkan beberapa kasus/individu daripada yang lain<sup>22</sup>. Sampel diambil dari ulasan-ulasan yang membahas tentang aplikasi Lalamove pada platform *Google Play Store*. Pengumpulan data menggunakan metode triangulasi yang merupakan cara untuk menghimpun informasi dari beragam sumber yang telah ada (Alfansyur & Mariyani, 2020).<sup>23</sup> Triangulasi data yang digunakan adalah metode observasi dengan mengamati komentar-komentar pada platform *Google Play Store* tentang aplikasi Lalamove, studi pustaka mencari referensi yang relevan dengan penelitian, dan dokumentasi dengan mendokumentasikan komentar-komentar yang membahas aplikasi Lalamove di platform *Google Play Store*. Penelitian ini menggunakan analisis isi sebagai metode analisis datanya sesuai dengan konteks penelitian kualitatif, analisis isi serupa dengan pendekatan metode interpretasi teks dan analisis data.<sup>24</sup> Penelitian ini akan mengeksplorasi makna dan esensi dari setiap komentar serta pendapat yang terdapat dalam sampel yang diambil. Teknik analisis data merupakan reduksi data, yang mencakup menyimpulkan informasi dari data dan

44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>

<sup>19</sup> Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating perceived behavioral control, computer anxiety and enjoyment into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(1), 3–11. [vvenkate@rhsmith.umd.edu](mailto:vvenkate@rhsmith.umd.edu)

<sup>20</sup> Fahlevi, P., & Dewi, A. O. . P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.

<sup>21</sup> Putra, K. N., Oktaria, M., Alexandro, R., & ... (2024). ... Aplikasi Akuntansi Mobile Pada Umkm Kota Palangka Raya Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0: Sebuah Pendekatan Technology Acceptance Model. *Educonomics Journal*, 5(1), 64–74.

<sup>22</sup> Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>

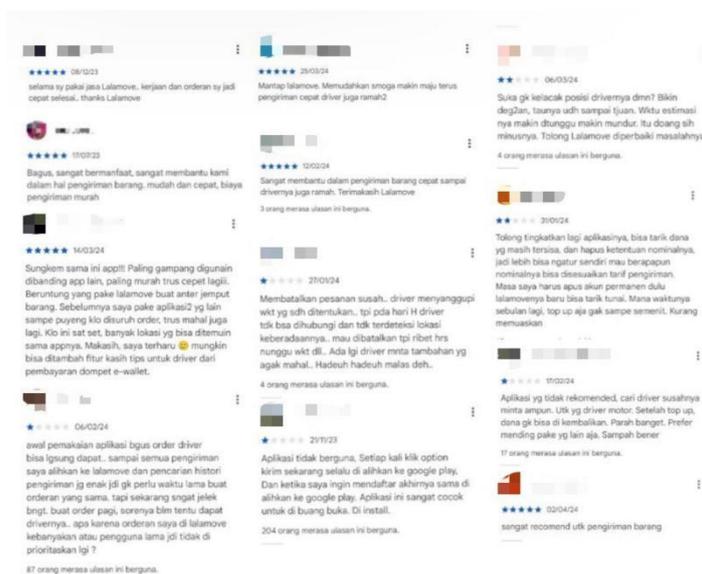
<sup>23</sup> Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150

<sup>24</sup> Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20. [https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis\\_revisedJumalAhmad.pdf](https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis_revisedJumalAhmad.pdf)

mengelompokkan data berdasarkan konsep, kategori, dan tema yang relevan.<sup>25</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dikumpulkan dari evaluasi pengguna terhadap aplikasi Lalamove di Google Play Store merupakan salah satu komponen temuan penelitian ini. Tujuan dan substansi evaluasi ini akan menentukan bagaimana evaluasi tersebut dikategorikan dan disaring. Beberapa tangkapan layar komentar yang menggambarkan masing-masing kategori akan dimasukkan dalam penelitian ini. *Technology Acceptance Model* (TAM) karya Fred Davis (1989) akan menjadi dasar pengolahan dan kategorisasi data kualitatif. Komentar berikut adalah contoh yang menunjukkan poin utama dari hasil tinjauan.



Gambar 1. Tangkapan layar komentar yang mewakili pengguna aplikasi Lalamove dari Google Play Store

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap berbagai komentar yang dipotong di kolom ulasan aplikasi Lalamove di Google Play Store, terdapat sejumlah pandangan yang beragam dari pengguna. Dari pendapat yang disampaikan, terdapat komentar yang mengungkapkan ketidakpuasan, juga komentar yang mengapresiasi layanan yang diberikan oleh Lalamove. Gambar 1 menampilkan komentar-komentar yang mencerminkan isi kolom ulasan. Komentar-komentar tersebut secara umum mewakili tujuan dan maksud yang hampir serupa yang dimiliki oleh sebagian besar pengguna. Oleh karena itu, dipilih beberapa sampel yang dianggap relevan dan dapat mewakili tujuan dari komentar-komentar lainnya.

Analisis ulasan Aplikasi Lalamove di *Google Play Store* dengan memanfaatkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana pengguna dapat mengadopsi dan menerima aplikasi tersebut. Mempertimbangkan kedua konstruksi, yakni persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, melihat ulasan-ulasan yang mencerminkan kedua konstruktif ini, dapat dipahami faktor-faktor pengaruh penerimaan dan penggunaan

<sup>25</sup> Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin. 17(33), 81–95.

aplikasi Lalamove pada masyarakat.

### Persepsi Kegunaan

Salah satu ukuran utilitas yang dirasakan suatu sistem adalah sejauh mana penggunanya merasa sistem tersebut akan meningkatkan produktivitas mereka dalam pekerjaan.<sup>26</sup> Menurut Davis, sistem informasi dimanfaatkan jika dianggap bernilai, sebaliknya tidak dimanfaatkan jika dianggap tidak ada gunanya.<sup>27</sup> Keyakinan pengguna terhadap kegunaan sistem informasi menentukan kemampuan sistem untuk secara tidak langsung meningkatkan tenaga kerja, sama seperti bagaimana aplikasi Lalamove membantu penggunanya.

#### 1. *Efectiveness*

Arens dan Loebecke (1996) menyatakan bahwa efektivitas adalah tingkat keberhasilan tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>28</sup> Efektivitas dalam konteks ini merujuk pada sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan berhasil dicapai. Aplikasi Lalamove memberikan solusi yang memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan pengiriman dengan efektif. Dengan fitur pencarian kurir yang cepat dan layanan pengiriman langsung dari aplikasi, pengguna dapat menghemat waktu yang sebelumnya terbuang dalam proses mencari kurir secara manual atau menggunakan jasa pengiriman konvensional yang memakan waktu. Penggunaan aplikasi ini memungkinkan pengaturan pengiriman menjadi lebih efisien dan cepat karena meminimalkan hambatan dalam proses pengiriman barang. Dengan demikian, efektivitas aplikasi Lalamove dapat diukur dari kemampuannya dalam meningkatkan efisiensi dan kecepatan pengiriman bagi pengguna.

#### 2. *Accomplish Faster*

Mempercepat pekerjaan adalah suatu kemampuan untuk meningkatkan kecepatan dan efisiensi dalam menghasilkan produk atau layanan, tanpa mengurangi kualitas, untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berubah.<sup>29</sup> Penggunaan aplikasi Lalamove bisa membantu menghemat waktu dalam proses pengiriman karena memungkinkan pengguna untuk memesan layanan pengiriman dengan cepat dan efisien melalui platform digital tanpa perlu mencari kurir secara manual. Selain itu, aplikasi ini juga menawarkan fitur pelacakan pengiriman secara *real time*, sehingga pengguna dapat memantau pergerakan barang mereka dan memperkirakan waktu pengirimannya dengan lebih akurat. Dengan demikian, proses pengiriman menjadi lebih transparan dan terkendali, serta mengurangi risiko keterlambatan atau kesalahan dalam pengiriman yang dapat menyebabkan kerugian waktu dan biaya bagi pengguna.

#### 3. *Useful*

Dalam terciptanya sebuah aplikasi, pastinya memiliki salah satu tujuan berupa bermanfaat. Bagaimana mungkin jika suatu aplikasi dibuat tidak memiliki manfaatnya sama sekali, walaupun ada beberapa aplikasi yang memiliki kualitas yang buruk dan *rating* yang rendah. Seberapa besar

<sup>26</sup> Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

<sup>27</sup> Fatmawati, E. (2015). Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9(01).

<sup>28</sup> Arens, A. A., & Loebbecke, J. K. (2000). Auditing: An integrated approach.

<sup>29</sup> Porter, M. E. (2008). Aplikasi Akuntansi Mobile Pada Umkm Kota Palangka Raya Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0: Sebuah Pendekatan Technology Acceptance Model. *Edunomics Journal*, 5(1), 64-74.

individu berpikir bahwa suatu teknologi akan membantu mereka melakukan pekerjaannya dengan lebih baik merupakan indikator yang baik mengenai manfaat yang dirasakannya.<sup>30</sup> Suatu teknologi akan digunakan oleh orang-orang jika dirasa bermanfaat. Pada aplikasi Lalamove, banyak yang menilai aplikasi Lalamove ini bermanfaat dan sangat membantu. Ini membuktikan bahwa aplikasi Lalamove ini terbukti bermanfaat bagi penggunanya.

#### 4. *Advantageous*

Persepsi keuntungan dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Salah satu contohnya adalah bisa dipercaya dalam melakukan transaksi dari pengguna.<sup>31</sup> Selain itu, juga memberikan keuntungan tambahan setelah selesainya transaksi serta meningkatkan efisiensi. Membantu dalam pengantaran barang, bisa dipercaya, dan tidak mengecewakan adalah bukti jika Lalamove memiliki keuntungan yang baik. Lalamove juga membuktikan bahwa aplikasi tersebut merupakan aplikasi yang bermanfaat.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan**

“Kemudahan” berarti tidak adanya kesulitan atau usaha yang unggul. Kedua, “kemudahan yang dirasakan” digambarkan sebagai “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha.”<sup>32</sup> Penggunaan logika ini pada sistem informasi kearsipan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem akan mudah diadopsi, sehingga terhindar dari kerumitan dan tenaga. Calon pengguna sistem menganggap sistem ini mudah digunakan dan akan membantu mereka menghemat waktu dan tenaga.<sup>33</sup> Kemudahan penggunaan dapat memberikan penjelasan mengapa pengguna terlibat dengan suatu sistem dan bagaimana membuat sistem baru menarik bagi mereka, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Davis.<sup>34</sup>

#### 1. *Easyness*

“Kemudahan penggunaan” adalah ukuran seberapa yakin pengguna bahwa suatu teknologi mudah digunakan.<sup>35</sup> Selain itu, ini adalah salah satu elemen utama yang menentukan apakah seseorang akan menggunakan suatu teknologi atau tidak. Ini bisa dipengaruhi oleh antarmuka pengguna yang intuitif, dokumentasi yang jelas, atau fitur-fitur yang ramah pengguna.

Perkembangan jasa layanan pengiriman terus meningkat salah satunya, yakni aplikasi Lalamove yang menyediakan layanan pengiriman antar barang dari kota ke kota. Dalam hal ini konsumen dapat mengakses pesanan dengan mudah saat melakukan jasa pengiriman. Jasa layanan ini mudah untuk dipesan dengan menentukan lokasi dan kendaraan yang ingin dipesan. Di lain sisi, konsumen kesulitan saat mencari *driver*. Mengambil contoh komentar di Google Play

---

<sup>30</sup> Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.

<sup>31</sup> Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

<sup>32</sup> Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

<sup>33</sup> Fatmawati, E. (2015). Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9(01).

<sup>34</sup> Fatmawati, E. (2015). Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9(01).

<sup>35</sup> Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 9

Store, yakni salah satu pengguna yang mengeluhkan susahnyanya mendapatkan *driver* saat dibutuhkan konsumen.

Kemudahan diartikan jika pengguna tidak banyak usaha dalam menggapainya, percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan dipahami. Persepsi itu tidak berpengaruh kepada pengguna yang kesulitan dalam mencari *driver*, membuat akun (*login*), dan membatalkan pesanan pada aplikasi Lalamove. Hal ini disebabkan pengguna mengalami kesulitan dalam pembuatan akun, yakni saat mencoba opsi akses *login* akun, justru konsumen selalu dialihkan ke Google Play Store. Hal ini menyebabkan konsumen tidak bisa membuat akun untuk menggunakan jasa layanan dan menurunkan minat pengguna pada aplikasi Lalamove.

Sementara itu, pengguna kesulitan dalam membatalkan pesanan pada aplikasi tersebut. Salah satu pengguna mengungkapkan bahwa sudah mendapatkan *driver*, akan tetapi setelah hari yang ditentukan *driver* tersebut tidak datang, konsumen ingin membatalkan pesanan tersebut, justru mendapatkan syarat-syarat tertentu. Fitur layanan Lalamove menjadikan layanan pengiriman produk lebih mudah memesan layanan pengiriman produk dengan mudah. Sayangnya, konsumen sering kali kesulitan untuk membatalkan pesanan yang dipilih, pembuatan, atau bahkan menghubungkan antar *driver* dan konsumen. Fitur mempengaruhi minat konsumen dalam penggunaannya. Fitur Lalamove yang berkerja kurang maksimal akibatnya akan menurunkan jumlah minat, respon positif konsumen, dan nilai terhadap Aplikasi Lalamove tersebut

## 2. *Clear and Understandable*

Pakar komunikasi Paul Grice menjelaskan agar jelas dan mudah dipahami, kita harus mengikuti prinsip kerja sama dalam komunikasi seperti kuantitas, kualitas, relevansi, dan cara penyampaian.<sup>36</sup> Kesadaran yang jelas dan mudah dipahami terhadap konteks materi dapat diartikan sebagai kemampuan memahami suatu topik atau konsep secara akurat dan komprehensif serta mengkomunikasikannya dengan cara yang mudah dipahami orang lain. Seperti halnya sedang berbicara tentang bagaimana cara menyampaikan informasi atau materi kepada lawan bicara dengan jelas dan mudah. Hal ini adalah bagian penting dalam berbagai bidang, termasuk komunikasi antara *driver* dengan konsumen. Aplikasi jasa layanan antar barang semakin berkembang, salah satunya Lalamove yang menyediakan fitur antar barang dari dalam kota sampai keluar kota. Tentunya lokasi pada setiap angkutan sangat diperlukan dalam menggunakan jasa antar barang, agar dapat mengetahui barang tersebut berhenti di lokasi yang dituju oleh konsumen. Konsumen mengalami kesulitan saat melacak lokasi *driver* berada, walaupun barang konsumen sudah sampai tanpa melihat jelas *tracking* yang ada di fitur tersebut.

Jika *tracking* tidak jelas maka yang bisa terjadi miskomunikasi antara belah dua pihak, seperti: kesalahpahaman, ketidakpastian, keterlambatan, dan kehilangan kepercayaan. Setiap jasa layanan memiliki sistem pembayarannya masing-masing, tidak terkecuali Lalamove itu sendiri yang memiliki fitur pembayaran, yaitu tunai dan *wallet* Lalamove dengan cara melakukan *top up* dengan nominal yang sudah dicantumkan. Akan tetapi dengan adanya minimum nominal pada saat *top up*, pengguna tidak dapat merasakan fleksibilitas dalam metode pembayaran ini. Selain

<sup>36</sup> Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole and J. L. Morgan (Eds.), Syntax and semantics (pp. 41-58). New York: Academic Press.

itu, dana yang sudah berada dalam *wallet* Lalamove ini tidak dapat diambil kembali, yang mengakibatkan kerugian bagi penggunanya.

### 3. *Easy to learn*

Kemampuan pengguna untuk menguasai suatu aplikasi bergantung pada keterampilan mereka dalam menggunakan dan pemahaman mendalam tentang aplikasi tersebut.<sup>37</sup> dalam karyanya, mudah dipahami berarti ketika pengguna dapat memahami proses pembelajaran suatu sistem dengan jelas.<sup>38</sup> Dalam hal ini bisa dikatakan juga bahwa maksud mudah dipahami adalah apakah pengguna akan kembali mencoba menggunakan aplikasi lalamove untuk melakukan pengiriman.

Mempelajari dan mengadopsi aplikasi Lalamove untuk melakukan pengiriman bisa menjadi pengalaman yang bervariasi bagi para pengguna. Meskipun proses pemesanan di aplikasi ini dianggap mudah oleh sebagian pengguna, sulitnya melakukan pendaftaran ke aplikasi bagi sebagian pengguna dengan kendala “selalu dikembalikan ke *Google Play Store*” menjadi masalah yang cukup signifikan. Faktor lain yang memengaruhi keputusan pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi Lalamove adalah efisiensi metode pembayaran yang dianggap kurang memuaskan oleh beberapa pengguna. Selain itu, kesulitan dalam membatalkan pesanan dan melacak status pesanan juga menjadi faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna.

Beberapa pengguna memiliki pengalaman yang kurang memuaskan dan menggambarkan aplikasi sebagai “tidak direkomendasikan” tetapi banyak pengguna yang merasa sebaliknya, dengan mengatakan bahwa aplikasi ini “sangat direkomendasikan”. Ini menunjukkan bahwa meskipun pengalaman pengguna bisa berbeda, banyak orang merasa terbantu dengan manfaat yang ditawarkan oleh Lalamove. Memungkinkan pengguna cenderung kembali menggunakan aplikasi ini untuk kebutuhan pengiriman di masa mendatang.

### 4. *Overall Easyness*

Penilaian terhadap tingkat kemudahan teknologi secara keseluruhan melibatkan analisis terhadap kemampuan teknologi itu sendiri serta persepsi yang dirasakan oleh pengguna terhadap kenyamanan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Secara keseluruhan, penggunaan aplikasi Lalamove dalam proses pengiriman dinilai kurang mudah. Meskipun proses pemesanan relatif mudah, pengguna mengalami kesulitan dalam menghubungkan antara *customer* dan *driver*, serta menemui hambatan dalam proses pendaftaran ke aplikasi. Selain itu, kesulitan juga ditemui dalam membatalkan pesanan, melacak status pesanan, dan metode pembayaran yang dianggap tidak efisien. Meskipun beberapa fitur aplikasi dapat digunakan dengan mudah, pengalaman keseluruhan pengguna menunjukkan bahwa terdapat sejumlah tantangan yang membuat penggunaan aplikasi Lalamove menjadi kurang nyaman dalam penggunaannya

## KESIMPULAN

Aplikasi Lalamove telah gagal mencapai tingkat persepsi kemudahan penggunaan, yang merupakan satu atau dua konstruksi utama dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM),

---

<sup>37</sup> Fahlevi, P., & Dewi, A. O. . P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.

<sup>38</sup> Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.

menurut analisis Davis (1989) terhadap aplikasi yang menggunakan kerangka TAM.

Berikut ini adalah bagaimana pengguna Lalamove memandang kegunaan aplikasi : Aplikasi Lalamove mampu meningkatkan efektivitas dalam melakukan proses pengiriman karena dapat dengan mudah menemukan kurir yang tersedia di sekitar untuk memesan layanan pengiriman, tentunya hal ini akan mempercepat pekerjaan karena tidak perlu mencari kurir secara manual. Para pengguna merasa terbantu dan mendapatkan keuntungan dari menggunakan aplikasi Lalamove karena adanya efektivitas dan efisiensi dalam melakukan proses pengiriman.

Persepsi kemudahan penggunaan, pengguna aplikasi Lalamove: Aplikasi Lalamove memang mudah dalam melakukan proses pemesanan pengiriman, tetapi masih sulit dalam menghubungkan antara kurir dan penggunanya. Beberapa pengguna merasa sulit untuk mendaftar ke aplikasi Lalamove, sulit untuk membatalkan pesanan, sistem tracking pada aplikasi sering tidak berjalan dengan baik, dan metode pembayaran yang disediakan tidak fleksibel. Sehingga pengalaman pengguna secara keseluruhan masih mendapatkan tantangan yang membuat penggunaan aplikasi Lalamove menjadi kurang nyaman.

## REFERENCES

- Adi, P., & Permana, G. (2018). *Penerapan Metode TAM ( Technology Acceptance Model )*. 10(1), 1–7.
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Jurnal Analisis Isi*, 5(9), 1–20. [https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis\\_revisedJurnalAhmad.pdf](https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis_revisedJurnalAhmad.pdf)
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Arens, A. A., & Loebbecke, J. K. (2000). Auditing: An integrated approach.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319–340.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27–37.
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. . P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Fatmawati, E. (2015). Technology acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan. *Jurnal Iqra*, 9(01).
- Febisatria, A. (2024). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile JKN*. 2(2), 384–394.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole and J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics* (pp. 41–58). New York: Academic Press.
- Jaya Sakti, B., & Manajemen, J. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*,

11(1), 10–10.

- Ma, Q., & Liu, L. (2004). The Technology Acceptance Model. *Journal of Organizational and End User Computing*, 16(1), 59–72. <https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>
- Mahendra, & Irfan. (2022). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi -pada PT . ari jakarta. *Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.
- Mahendratama, B., Murwanti, S., Dan, E., Universitas, B., Surakarta, M., & Naskah, I. (2024). SEBAGAI MEDIASI INTERVENING ( Studi Empiris Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Surakarta ). 14(1), 211–225.
- Putra, K. N., Oktaria, M., Alexandro, R., & ... (2024). ... Aplikasi Akuntansi Mobile Pada Umkm Kota Palangka Raya Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0: Sebuah Pendekatan Technology Acceptance Model. *Edunomics Journal*, 5(1), 64–74. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/12229%0Ahttps://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/download/12229/5500>
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 115–127. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1135>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: creating and sustaining performance*. Amazon Digital Services, Incorporated.
- Putra, K. N., Oktaria, M., Alexandro, R., & ... (2024). ... Aplikasi Akuntansi Mobile Pada Umkm Kota Palangka Raya Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0: Sebuah Pendekatan Technology Acceptance Model. *Edunomics Journal*, 5(1), 64–74.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Setya Nugraha, R. (2023). Analisis Positioning Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi (Studi Kasus Perusahaan Lalamove). *Jurnal Ilmu* 205–222. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4.1249>
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>
- Tri prasetya, B. V., Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 156–169. <https://doi.org/10.24269/iso.v7i1.2031>
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: integrating perceived behavioral control, computer anxiety and enjoyment into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(1), 3–11. [vvenkate@rhsmith.umd.edu](mailto:vvenkate@rhsmith.umd.edu)
- Wibowo, A. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 9