

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORISTIS**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### **2.1.1 Pengertian *Usability***

Menurut Nielsen (Nawir, 2021) “*Usability* merupakan ukuran kualitas pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan produk atau sistem contohnya situs web, aplikasi perangkat lunak, teknologi bergerak atau sistem yang dioperasikan oleh pengguna”.

*Usability* saat ini dikenal sebagai kunci utama yang menentukan keberhasilan dari sebuah sistem interaktif atau produk. *Usability* tersebut juga sebagai karakteristik dari kualitas produk dimana subkarakteristiknya terdiri dari kemampuan untuk dapat dikenali secara sesuai (*appropriate recognizability*), kemudahan dipelajari (*learnability*), kemudahan dioperasional (*operability*), perlindungan kesalahan oleh pengguna (*user error protevtion*), keindahan tampilan antarmuka (*user interface aesthetics*), dan aksesibilitas (*accessibility*).

Menurut Jakob Nielsen (Hadi *et al*, 2018) “*usability* sebagai atribut penilaian seberapa mudah aplikasi dapat digunakan. Perancangan antarmuka yang baik akan berdampak pada kemudahan dalam berinteraksi. Selain itu dapat meningkatkan nilai dari segi kepuasan pengguna”.

##### **2.1.2 Pengertian Aplikasi**

Aplikasi merupakan program yang berisikan perintah-perintah untuk melakukan pengolahan data Menurut Jigiyanto (Sudiarsa *et al*, 2020). Sedangkan menurut Dhanta (Sudiarsa *et al*, 2020) adalah *software* yang dibuat oleh suatu perusahaan komputer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu, misalnya *Microsoft Word*, *Microsoft Excel*.

Berdasarkan kedua defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi adalah pemanfaatan teknologi komputer dengan membuat sistem/program agar dapat dioleh serta lebih berdaya guna secara optimal.

### 2.1.3 Sejarah Berdirinya PT Pos Indonesia

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan Pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan Pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari :

1. 1746-KANTOR POS PERTAMA Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantorpos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.
2. 1875-POSTEN TELEGRAFDIENST Pada tahun ini dinas pos disatukan dengan dinas telegraf dengan status jawatan dengan nama POSTEN TELEGRAFDIENST. 9
3. 1877-Union Postale Universelle Sejak pemerintahan kolonial dinas pos pemerintahan Belanda sudah berhubungan dalam pengiriman surat dan barang secara internasional, sehingga tercatat sebagai anggota Union Postale Universelle (UPU).
4. 1945-Hari Bakti POSTEL Pada saat pendudukan Jepang di Indonesia, jawatan PTT dikuasai oleh militer Jepang, 27 September 1945 Angkatan Muda PTT mengambil alih kekuasaan PTT dan secara resmi berubah menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia. Peristiwa tersebut diperingati menjadi hari bakti PTT atau hari bakti POSTEL.

5. 1965-PN Pos dan Giro Mengamati perkembangan zaman dimana sektor Pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara dan Giro (PN Pos dan Giro).
6. 1978-Perusahaan Umum Pos dan Giro Dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas Pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri.
7. 1995-PT. Pos Indonesia (Persero) Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum. Pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero). Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, 10 jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantor Pos online, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman Pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat

#### **2.1.4 Visi Dan Misi PT Pos Indonesia**

##### *A. Visi PT POS INDONESIA*

Menjadi raksasa logistik pos dari Timur

##### *B. Misi PT POS INDONESIA*

1. Menjadi aset yang berguna bagi bangsa dan Negara
2. Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan
3. Menjadi pilihan terbaik bagi para pelanggan
4. Senantiasa berjuang untuk memberikan yang lebih baik bagi bangsa Negara pelanggan karyawan masyarakat serta pemegang saham

### *C. Tata Nilai Dasar Perusahaan*

1. Dalam melaksanakan misi Perusahaan, Insan Pos Indonesia menjunjung nilai-nilai CINTA POS yang menjadi koridor dalam menjalankan bisnis untuk melakukan sesuatu yang bermartabat, menyumbangkan tenaga dan pikiran demi mewujudkan tujuan Perusahaan.
2. Dalam melaksanakan pekerjaan, seluruh Insan Pos Indonesia melaksanakannya atas dasar “cinta”, baik kepada pelanggan dan mitra kerja, rekan kerja, atasan, bawahan, serta masyarakat umum.
3. CINTA POS merupakan akronim yang mempunyai makna sebagai berikut:
  - a. *Customer Orientation* : Kami memberikan pelayanan terbaik dengan sepenuh hati.
  - b. *Integrity* : Kami bekerja dengan jujur, sesuai aturan, dan dapat dipercaya.
  - c. *Networking* : Kami membangun hubungan yang berkesinambungan dengan pemangku kepentingan untuk kemajuan bersama.
  - d. *Teamwork* : Kami bekerjasama dan saling mendukung untuk memberikan pelayanan prima.
  - e. *Accountable* : Kami bekerja dengan penuh tanggung jawab, bersih, dan transparan;
  - f. *Professional* : Kami bekerja dengan menjunjung tinggi keahlian dan etika profesi;
  - g. *Optimistic* : Kami bertindak dengan penuh keyakinan untuk memberikan hasil maksimal dalam membangun masa depan;
  - h. *Spiritual*  
Kami bekerja dengan tulus dan ikhlas demi kehidupan yang lebih baik

#### **2.1.5 Pengertian Pospay**

*Pospay* adalah sebuah layanan pembayaran terpadu yang diluncurkan oleh Pos Indonesia. Berbagai transaksi keuangan akan berjalan dengan lebih mudah dan lancar dengan menggunakan layanan yang satu ini. Aplikasi *Pospay* adalah jawaban untuk semua kebutuhan layanan keuangan tersebut.

Masyarakat hanya perlu mengakses layanan yang satu ini melalui *smartphone*

atau bahkan dengan mendatangi kantor pos terdekat. Pengguna aplikasi *Pospay* adalah mereka yang membutuhkan layanan keuangan yang cepat dan praktis, sehingga bisa melakukan berbagai transaksi keuangan yang dibutuhkan setiap waktu dengan mudah.

Rekening *Pospay* adalah rekening khusus yang diperuntukkan bagi para pengguna *Pospay*, di mana pengguna bisa memanfaatkan teknologi digital untuk berbagai transaksi keuangan. Semua transaksi keuangan melalui rekening *Pospay* adalah transaksi digital yang terjadi secara *real time*, sebagaimana transaksi keuangan perbankan pada umumnya.

*Pospay* merupakan alat pembayaran milik PT. Pos Indonesia, *Pospay* adalah platform digital berbasis rekening Giropos yang diberikan kepada pemilik rekening Giropos sehingga dapat mengakses layanan Giropos dan layanan transaksi keuangan pos lainnya secara *mobile*. Layanan *Pospay* melengkapi jaringan dan titik layanan (*point of Sales*) PT. Pos Indonesia (Persero) yang sudah tersedia sebelumnya, *Pospay* juga memudahka seluruh transaksi dan kebutuhan pekerja migran Indonesia untuk melakukan transaksi keuangan dari luar negeri ke seluruh transaksi keuangan yang ada di dalam negeri ebagai bentuk layanan tanpa biaya admin bulanan maupun bunga simpanan bagi seluruh pengguna Giropos.

Berikut ini adalah beberapa keunggulan yang bisa didapatkan dari layanan *Pospay*:

1. Mempermudah Pembayaran Tagihan

Keunggulan pertama yang bisa didapatkan dari aplikasi *Pospay* adalah kemudahan dalam melakukan pembayaran tagihan. Ada banyak tagihan yang bisa dibayarkan melalui layanan yang satu ini, antara lain: tagihan telepon dan layanan pasca bayar, tagihan listrik dan air, cicilan kendaraan bermotor, dan yang lainnya.

2. Pengiriman Uang dengan Cepat

Pengiriman uang melalui rekening *pospay* adalah menggunakan layanan yang prima, di mana transaksi ini bisa terjadi secara *real time*. Hal ini akan sangat membantu dan mempermudah pengiriman uang ke berbagai wilayah, bahkan untuk yang berada di wilayah pelosok sekalipun. Melalui aplikasi

*Pospay*, pengiriman uang lewat wesel pos akan terjadi secara real time.

### 3. Akses sangat Mudah

*Pospay* adalah aplikasi praktis yang bisa diakses melalui *smartphone*, kapan saja dan di mana saja pengguna membutuhkannya. Namun jika tidak memiliki *smartphone*, layanan yang satu ini juga tetap bisa diakses melalui kantor-kantor Pos terdekat.

### 4. Layanan Konsultasi dan Penyelesaian Kendala yang Mudah

Saat pengguna aplikasi *Pospay* mengalami kendala dalam urusan transaksi atau yang lainnya, maka dengan mudah bisa mengunjungi kantor Pos terdekat. Di sana yang bersangkutan bisa berkonsultasi dengan petugas, sehingga kendala yang dihadapi dapat diselesaikan dengan mudah dan cepat.

### 5. Nominal Transaksi yang Besar

Jika layanan *e-wallet* hanya memungkinkan transaksi yang terbatas setiap harinya, maka *Pospay* justru sebaliknya. Layanan yang satu ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan nominal yang besar, bahkan lebih dari Rp10 juta sekalipun. Hal ini akan sangat memudahkan, terutama bagi masyarakat yang kerap membutuhkan transaksi dalam jumlah besar.

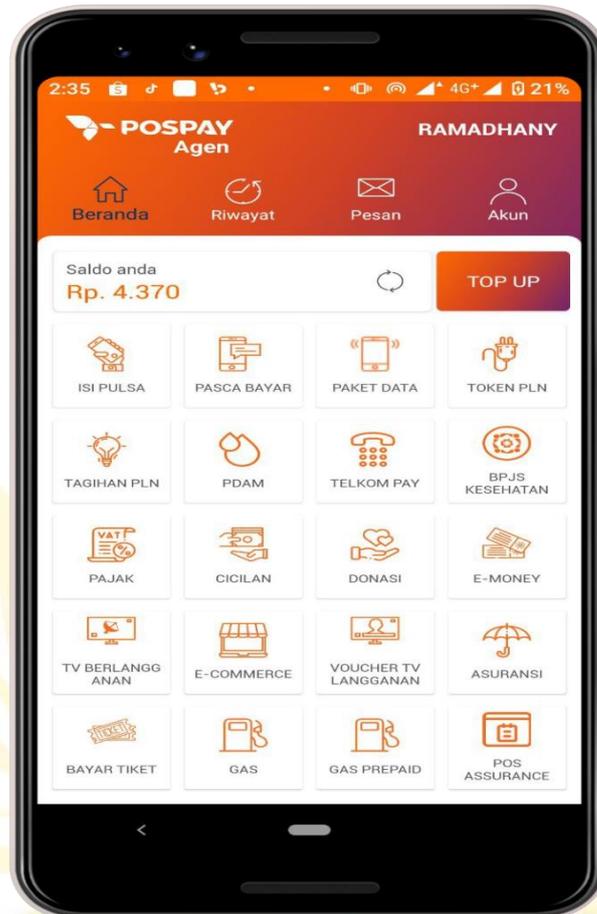
### 6. Bekerjasama dengan Lembaga Lainnya

*Pospay* adalah layanan yang dikeluarkan oleh Pos Indonesia. Tidak hanya menyediakan layanan keuangan secara umum saja, namun produk ini juga didesain dengan sedemikian rupa, termasuk kolaborasi dengan institusi milik negara lainnya. Bekerjasama dengan Korlantas Polri, *Pospay* juga bisa digunakan untuk melakukan pembayaran e-tilang secara online.

### 7. Memudahkan Layanan Keuangan di Luar Perbankan

Berdasarkan PP No. 46 tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi dan Penyiaran (Postelsia) sebagai regulasi lanjutan dari UU No. 11/2020 tentang Cipta Kerja yang mengatur tenaga pos diizinkan untuk membuka tabungan Pos. Artinya, *Pospay* ini akan menjadi solusi bagi masyarakat yang tidak memiliki akses layanan perbankan, di mana yang bersangkutan tetap bisa melakukan berbagai transaksi keuangan dengan mudah dan cepat, bahkan secara online.

Berikut adalah tampilan aplikasi *Pospay* dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



**Gambar 2.1 Tampilan Aplikasi *Pospay***

### **2.1.6 Pemilihan Responden Usability Testing**

Didalam buku *Don't Make Think A Common Sense Approach To Web Usability*. Krug (Fauseh, 2020) mengatakan bahwa : “Kebanyakan kasus, saya cenderung berpikir jumlah pengguna yng ideal untuk setiap lingkaran pengujian tiga, atau sampai empat paling banyak”.

Menurut Rusidi (Fauseh, 2020) pemilihan responden yang akan memberikan isian terhadap kuisisioner sejumlah tiga orang dengan pemisahan yaitu satu orang pengguna aktif (terampil menggunakan internet dan sering mengakses situs website/aplikasi tersebut), sau orang pengguna terampil (terampil menggunakan internet) dan satu orang awam.

Dari beberapa defenisi menurut para ahli diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa responden diambil yang mewakili seluruh pengguna dengan dipisahkan dalam tiga kriteria yaitu pengguna aktif, pengguna terampil dan pengguna awam.

### **2.1.7 Pengukuran *Usability Testing***

Menurut Yumarlin (Huda, 2019), pengukuran *usability* dilakukan untuk menilai apakah interaksi antara pengguna dengan aplikasi dapat berjalan dengan baik. Pengukuran dilakukan mengikuti konsep user testing, dengan penekanan pada pengukuran dan bukan pengujian, yaitu:

1. Menentukan tujuan dalam mengeksplorasi pertanyaan.
2. Memilih paragdigma dan teknik pengukuran dalam *usability*.
3. Merancang task yang akan menjadi saran pengukuran.
4. Memilih partisipasi yang akan menjadi penggunaan untuk mencoba aplikasi.
5. Mempersiapkan kondisi pengukuran.
6. Merancang jalannya pengukuran.
7. Melakukan evaluasi, analisis dan penyajian data.

### **2.1.8 Tujuan Pengukuran *Usability Testing***

Menurut Yumarlin (Huda, 2019), “pengukuran dilakukan dalam rangka mengidentifikasi permasalahan *usability* yang dapat mempengaruhi interaksi sistem (perangkat lunak) dengan pengguna pada hasil perancangan aplikasi”.

Pengukuran dengan menguji cobakan perangkat lunak aplikasi kepada sejumlah partisipasi /(bertindak sebagai responden pengguna aplikasi) sambil melakukan observasi. Selanjutnya partisipasi mengisi kuesioner untuk memperoleh gambaran tingkat kepuasan dalam pengoperasian aplikasi. Masukan dari partisipasi digunakan sebagai umpan balik dalam melengkapi prasyarat fungsional maupun kebutuhan interaksi pengguna.

### **2.1.9 Teknik Pengukuran *Usability Testing***

Terdapat 2 cara untuk mengukur *usability* Menurut Tullis & Albert (Hadi *et al*, 2018), yaitu dengan menggunakan asumsi sendiri dan menggunakan *usability metric*. *Usability metric* itu sendiri digunakan untuk mencapai keputusan yang tepat. *usability metric* ini juga dapat memberikan jawaban atas pertanyaan seperti, apakah para pengguna menyukai produk tersebut, apakah produk ini lebih efisien digunakan dari produk sejenisnya, apakah *usability* dari produk ini dapat dibandingkan dengan persaingan, dan sebagainya. Teknik pengukuran yang dipilih adalah *user testing*, dengan cara meminta partisipasi untuk menjalankan task tertentu.

### **2.1.10 Manfaat Pengukuran *Usability Testing***

Pengukuran *usability testing* sangat penting dilakukan untuk mengetahui kemungkinan kendala atau masalah pengguna aplikasi yang akan dihadapi.

Menurut Tullis & Albert (Hadi *et al*, 2018), manfaat dari dilakukannya pengukuran *usability* adalah sebagai berikut :

1. Lebih obyektif dari pada pendapat sendiri.
2. Membandingkan tingkat *usability* dari dia produk atau lebih.
3. Mengetahui permasalahan yang ada.
4. Memberi gambaran penggunaan produk.
5. Memberikan ilustrasi pada manajemen berdasarkan fakta.

### **2.1.11 Indikator Pengukuran *Usability Testing***

Pengukuran indikator *Usability* menggunakan lima indikator yaitu : *Learnability, Memorability, Efficiency, Error dan Satisfaction*.

Dasar dari penilaian *usability* adalah pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menggunakan aplikasi tersebut. Berikut ini beberapa komponen kualitas menurut Nielsen (Hadi *et al*, 2018) :

1. Learnabilitas (*Learnability*)

Mengukur kemudahan yang dapat dipelajari bahkan oleh pengguna pemula

dalam menggunakan sebuah produk untuk pertama kali.

2. Efisiensi (*Efficiency*)

Mengukur seberapa cepat pengguna dapat melakukan tugasnya setelah mempelajari antarmuka.

3. Memorabilitas (*Memorability*)

Apakah aplikasi yang telah lama tidak digunakan ataupun aplikasi yang baru digunakan 1 kali dapat diingat oleh pengguna.

4. Kesalahan (*Errors*)

Semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin baik aplikasi tersebut. Aplikasi tersebut dapat dilihat dari berapa banyak kesalahan yang terjadi saat pengguna menggunakan aplikasi, sejauh mana akibat dari *error* tersebut, dan seberapa mudah seorang pengguna mengatasi kesalahan yang dilakukannya.

5. Kepuasan (*Satisfaction*)

Kepuasan bersifat subjektif bagi masing-masing pengguna yang meliputi perasaan saat menggunakan aplikasi, pendapatannya tentang aplikasi tersebut dan lain-lain.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang menganalisis suatu produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai target yang telah ditetapkan dengan efisien, efektivitas dan untuk mencapai kepuasan pengguna adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

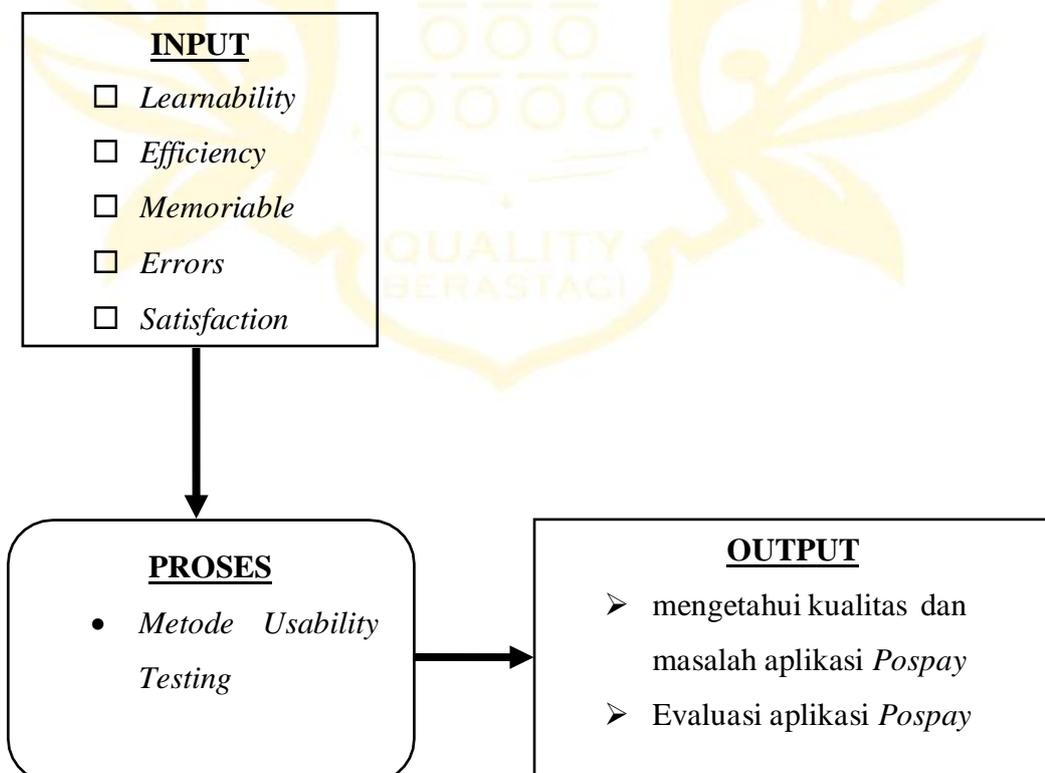
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Nevita Cahaya Ramadan, Retno Waluyo.	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi <i>Pospay</i> dari Aspek <i>Usability</i> Menggunakan Metode <i>Heuristic Evaluation</i>	Metode <i>Heuristic Evaluation</i>	Analisis evaluasi <i>usability</i> pengguna sangat puas dengan tampilan desain aplikasi <i>Pospay</i> yang minimalis dan fitur yang mudah digunakan.

2.	M. Al Aziz, Mukhsin, dan Niken Lestari	Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Gombang Kebumen	Teknik pengumpulan data menggunakan observas, wawancara, dan dokumentasi. dengan mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat nasabah menggunakan mobile BSI atau Mobile
3.	I Wayan Sudiarsa, I Gusti Bagus Wiraditya	<i>Analisis Usability Pada Aplikasi Peduli Lindungi Sebagai Aplikasi Informasi Dan Tracking Covid-19 Dengan Heuristic Evaluation</i>	Teknik pemeriksaan data menggunakan metode triangulas. <i>Heuristic Evaluation</i>	Setelah melakukan pengujian didapatkan 9 permasalahan dengan <i>Heuristic Evaluation</i> dan penanganan <i>error</i> memiliki nilai terendah, secara keseluruhan <i>usability</i> dari aplikasi bisa dikatakan sudah baik dan bisa memberikan informasi yang diharapkan oleh <i>user</i> .
4.	Windi Triana, Faulia Aggeraini	Analisis Layanan Jasa <i>Pospay</i> Terhadap Pengendalian <i>Intern</i> Atas Pendapatan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang	menggunakan teknik analisis data analisis deskriptif, uji asumsi klasik (meliputi uji normalitas data, uji linearitas data, dan uji	pengaruh positif dan signifikan antara layanan jasa <i>Pospay</i> yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kisaran terhadap pendapatan.

		Kisaran	heteroskedastisitas, analisis regresi sederhana, serta uji hipotesis.	perusahaan.
5.	Kevin Ryan Hadi, Hanifah Muslimah Az-Zahra, Lutfi Fanani.	Analisis Dan Perbaikan <i>Usability</i> Aplikasi Mobile KAI Access Dengan Metode <i>Usability Testing</i> Dan <i>Use Questionnaire</i>	<i>Testing</i> Dan <i>Use Questionnaire</i>	Hasil nilai kegunaan dari pengukuran <i>usability</i> sebelum rekomendasi perbaikan adalah sebesar 47,58% dengan predikat cukup dan nilai <i>usability</i> setelah rekomendasi perbaikan tampilan sebesar 78,27% dengan predikat baik.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Berikut adalah kerangka pikir dalam penelitian ini mulai dari input, proses dan output dari penelitian:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

## 2.4 Definisi Operasional

Defenisi operasional dari variabel-variabel yang diteliti adalah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2.2 Defenisi Operasional:**

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Learnability</i>	Untuk mengetahui ukuran bagi pengguna dalam memahami, alasan mengakses dan mengidentifikasi yang dicari.	Penggunaan Layanan	Memahami Layanan <i>Pospay</i>	Skala Likert
2.	<i>Efficiency</i>	Menjelaskan bagaimana ukuran suatu <i>website/</i> aplikasi yang efisien yang dapat menyajikan informasi dengan cepat.	Kualitas layanan	Kemudahan mengakses Kebutuhan Akses Kecepatan akses	
3.	Memorable	Menjelaskan apakah <i>website/aplikasi</i> mudah di ingat, apakah <i>website</i> mudah dipelajari dari cara Menjalankannya	Tampilan layanan	Memahami Tampilan Layanan	
4.	<i>Errors</i>	Menjelaskan seberapa sering suatu <i>website/aplikasi</i> Terjadi kesalahan.	Tampilan layanan Kendala layanan	Memahami Tampilan Layanan	
5.	<i>Satisfaction</i>	Menjelaskan tingkat kepuasan pengguna dalam sistem yang dibuat.	Pengalaman penggunaan layanan	Kenyamanan menggunakan aplikasi	

## 2.5 Hipotesis

Menurut Sugiono (2019:64), menyatakan bahawa hipotesis merupakan jawapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ho : Diduga aplikasi *Pospay* pada masyarakat Jalan Mesjid belum digunakan metode *usability testing* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kabanjahe.

Ha : Diduga aplikasi *Pospay* pada masyarakat Jalan Mesjid sudah menggunakan metode *usability testing* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kabanjahe.

