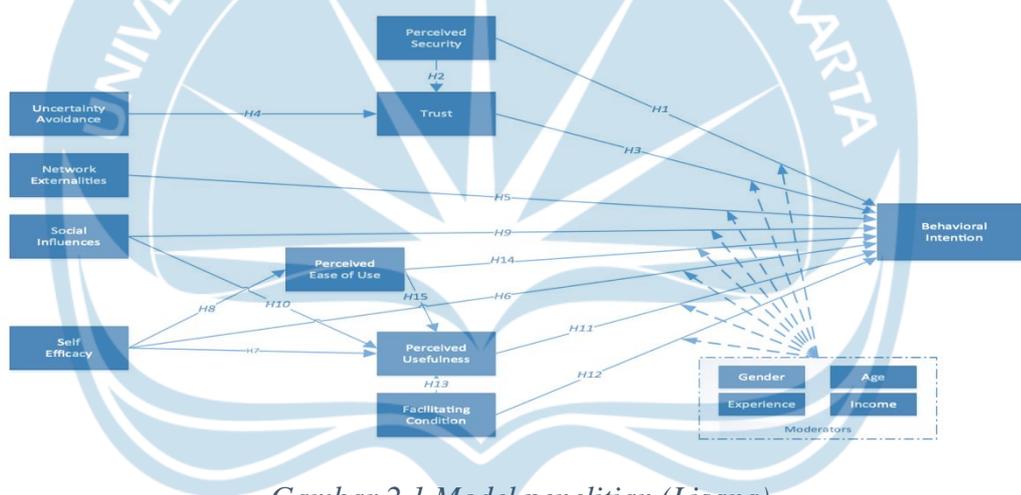


BAB II TINJAUAN PUSTAKA

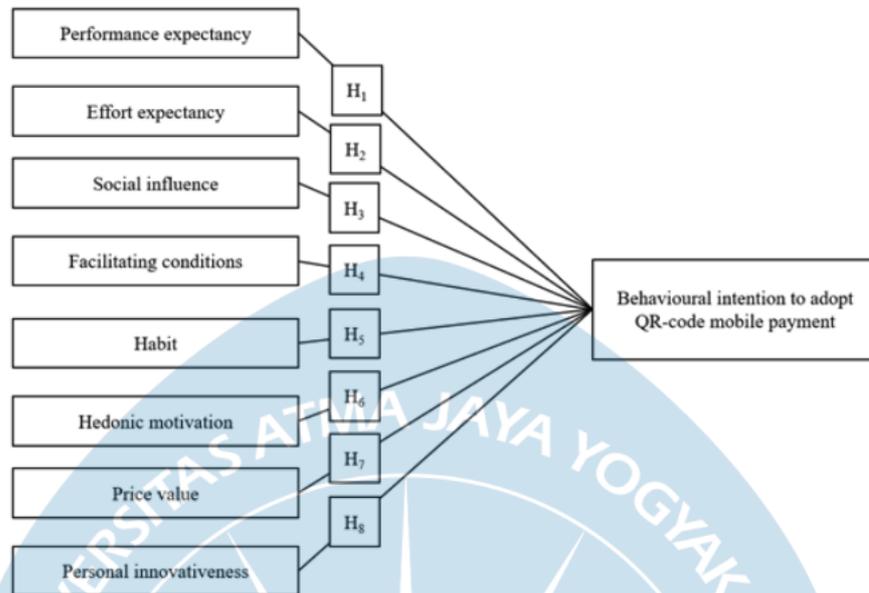
2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai penerimaan sistem pembayaran seluler telah banyak dilakukan dan biasanya menggunakan dua model yang paling populer yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* & *Technology Acceptance Model (TAM)*. Beberapa contoh studi kasus yang menerapkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang dilakukan oleh Lisana untuk memprediksi penerimaan sistem pembayaran seluler di Indonesia (Lisana, 2020). Model penelitian Lisana dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Model penelitian (Lisana)

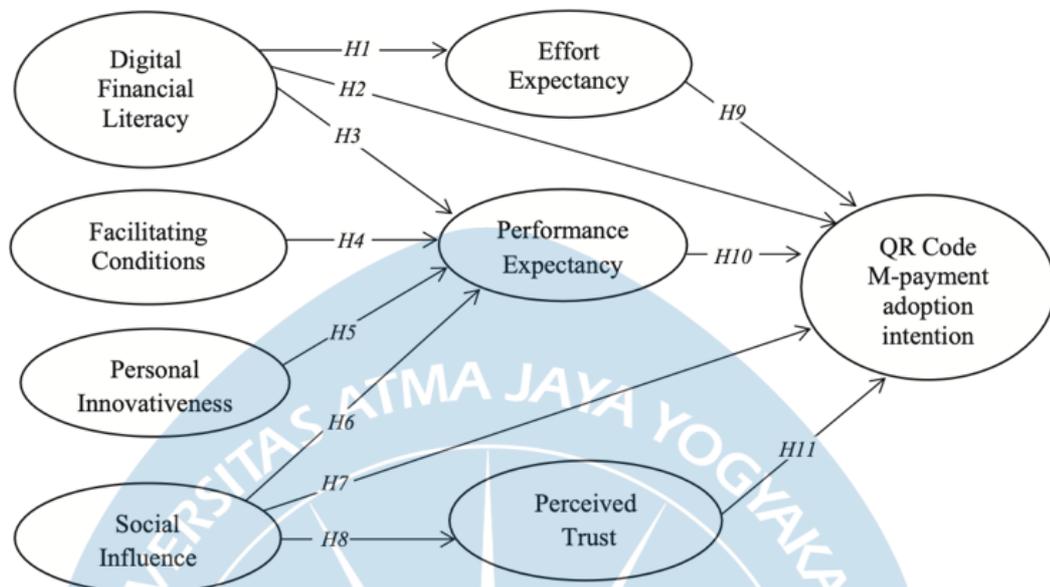
Hasil dari penelitian ini *perceived usefulness*, *self-efficacy*, *perceived ease of use*, *social influence* dan *trust* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Berikutnya adalah penelitian yang membahas penerimaan kode QR sebagai sistem pembayaran seluler Malaysia yang dilakukan oleh Suo, Goi, Goi dan Sim (Suo et al., 2021). Model penelitian Suo, Goi, Goi dan Sim dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Model penelitian (Suo, Goi, Goi dan Sim)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Price Value*, dan *Personal Innovation* dalam teknologi informasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk mengadopsi pembayaran kode QR, sedangkan *Habit* dan *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk mengadopsi pembayaran kode QR.

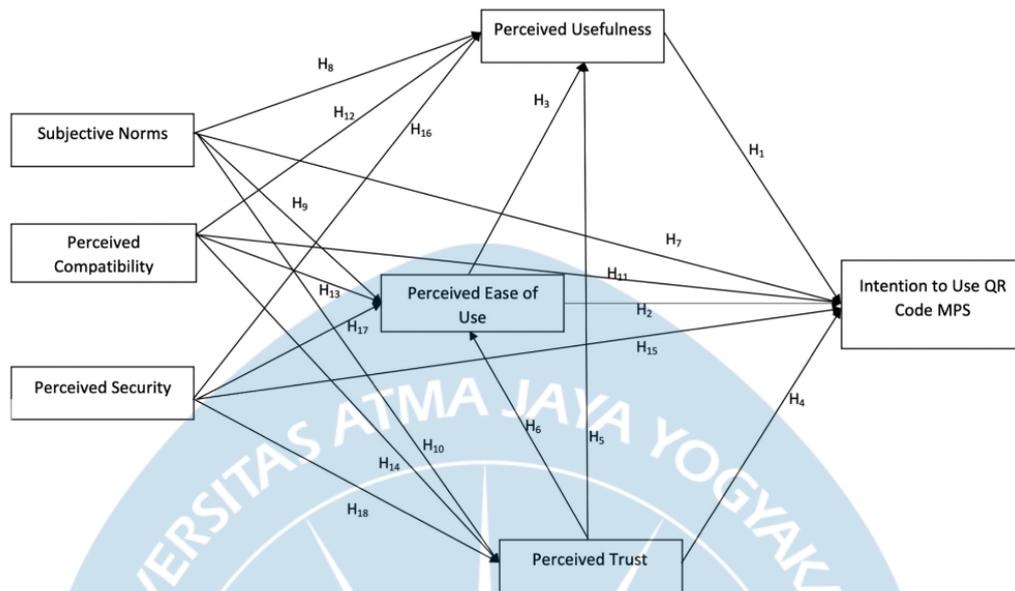
Selanjutnya adalah penelitian terkait penerimaan sistem pembayaran seluler di India oleh Nandru, Kumar dan Chendragiri (Nandru, Senthil and Chendragiri, 2023a). Model penelitian Nandru, Kumar dan Chendragiri dapat dilihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Model penelitian (Nandru, Kumar dan Chendragiri)

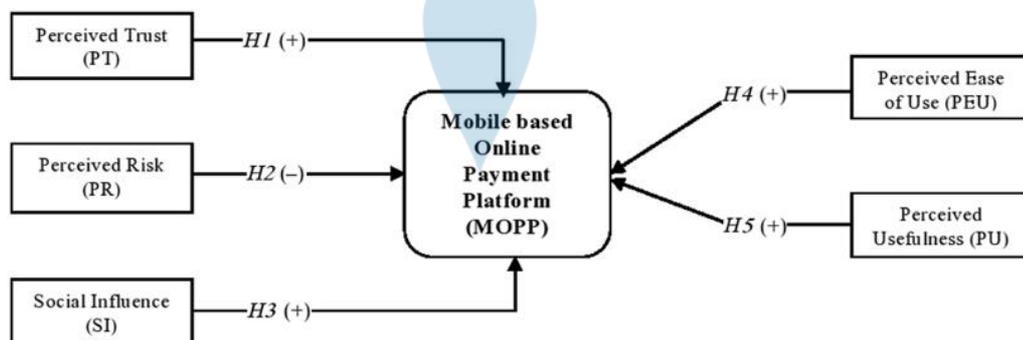
Hasil penelitian ini menegaskan bahwa faktor-faktor seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Perceived Trust* dan *Digital Financial Literacy* pelanggan merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap niat pedagang kaki lima untuk menggunakan layanan pembayaran kode QR. Namun, *Social Influence* dan *Personal Innovativeness* menunjukkan hubungan yang tidak signifikan dengan penerapan sistem pembayaran kode QR.

Kemudian beberapa contoh studi kasus yang menerapkan TAM yaitu penelitian yang dilakukan oleh Türker, Altay, dan Okumuş untuk memprediksi penerimaan kode QR sebagai sistem pembayaran seluler di Turki (Türker, Altay and Okumuş, 2022). Model penelitian Türker, Altay, dan Okumuş dapat dilihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4 Model penelitian (Türker, Altay, dan Okumuş)

Temuan dari penelitian ini menyiratkan bahwa jika individu menganggap suatu sistem sesuai dengan kebiasaan dan pengalaman mereka atau orang lain di sekitar mereka, mereka akan cenderung menganggap penggunaan sistem lebih mudah dan tidak rumit. Berikutnya adalah penelitian tentang penerimaan pembayaran *online* berbasis seluler di tiga Tiongkok, India, dan Bangladesh oleh Jawad, Parvin dan Hosain (Jawad, Parvin and Hosain, 2022). Model penelitian Jawad, Parvin dan Hosain dapat dilihat pada Gambar 2.5.

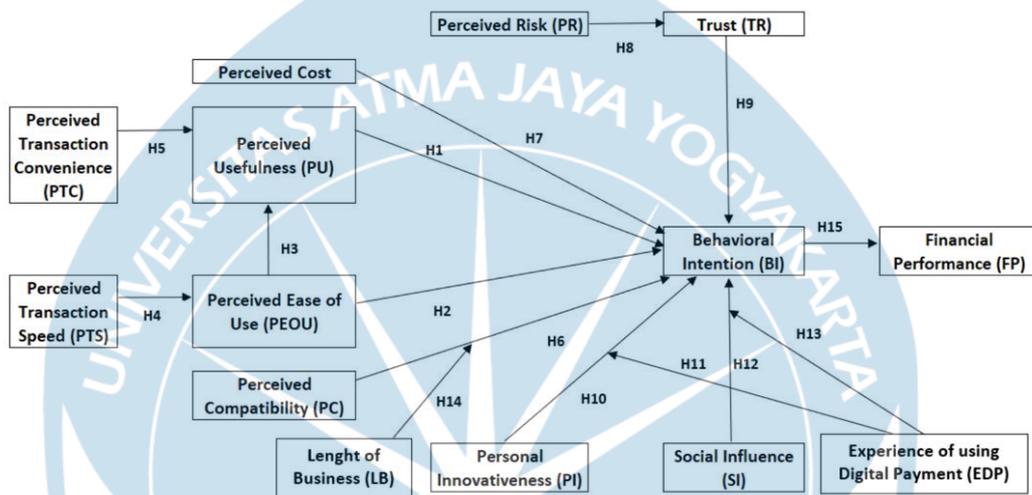


Gambar 2.5 Model penelitian (Jawad, Pavin dan Husein)

Peneliti menemukan bahwa empat faktor: *Perceived Trust*, *Social Influence*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap niat mengadopsi pembayaran *online* berbasis seluler sedangkan

Perceived Risk mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap niat mengadopsi pembayaran *online* berbasis seluler.

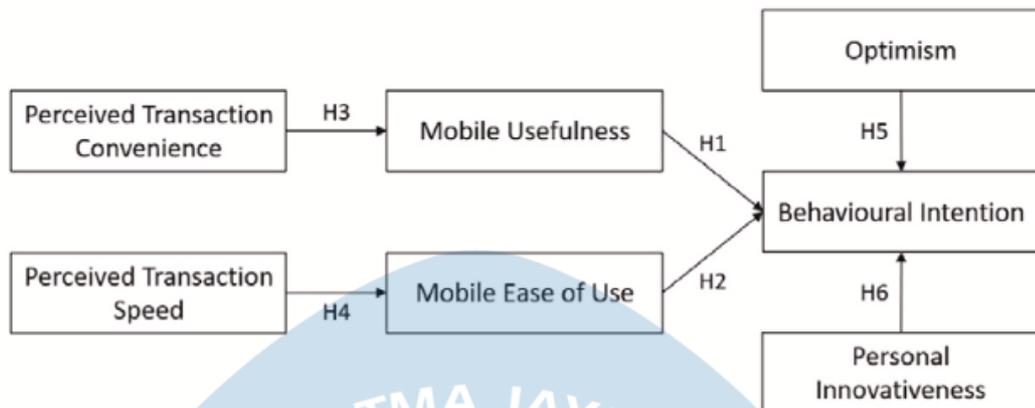
Selanjutnya adalah penelitian yang membahas penerimaan QRIS terhadap UMKM di Indonesia yang dilakukan oleh Wardhani, Arkeman dan Ermawati (Wardhani, Arkeman and Ermawati, 2023). Model penelitian Wardhani, Arkeman dan Ermawati dapat dilihat pada Gambar 2.6.



Gambar 2.6 Model penelitian (Wardhani, Arkeman, Ermawati)

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan QRIS memberikan dampak terhadap kinerja keuangan pengusaha mikro, dimana kinerja keuangan berkaitan dengan peningkatan jumlah dan nominal transaksi, omzet penjualan, arus kas usaha dan pencatatan penjualan. Faktor-faktor seperti *Perceived Ease Of Use*, *Social Influence*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Cost* mempunyai pengaruh paling besar terhadap penggunaan QRIS oleh pengusaha mikro. Faktor *Perceived Compatibility*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, dan variabel moderasi seperti *Length of Business* dan *Experience of using Digital Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap UMKM dalam mengadopsi QRIS.

Selain itu terdapat juga studi kasus yang mengadopsi *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) yang dilakukan oleh Yan, Tan, Loh, Hew & Ooi yang memprediksi pembayaran seluler di Malaysia (Yan et al., 2021). Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.7.



Gambar 2.7 Model penelitian (Yan, Tan, Loh, Hew & Ooi)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran seluler dengan kode QR dalam ritel dapat meningkatkan kinerja transaksi dan mengurangi interaksi fisik selama pandemi COVID-19, Penyedia layanan dan pembuat kebijakan juga dapat mempromosikan pembayaran seluler dengan kode QR dengan menawarkan insentif kepada calon pengguna sehingga pengguna seluler tertarik pada manfaat pembayaran seluler dengan kode QR.

Meskipun banyak penelitian menunjukkan bahwa TAM sebagai model yang baik untuk menjelaskan penerimaan IT, namun masih dipertanyakan apakah TAM dapat diterapkan untuk menganalisis setiap contoh adopsi dan implementasi IT (Lee, Hsieh and Hsu, 2011). Karena awalnya TAM diciptakan untuk menjelaskan adopsi sistem surat elektronik oleh individu dalam lingkungan organisasi (Davis, 1989b). Sehingga dua faktor utama TAM, *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpusat pada lingkungan organisasi (Ashoer et al., 2024). Berdasarkan hal tersebut penelitian ini memutuskan untuk menggunakan MTAM sebagai teori dasar, karena MTAM dikembangkan secara khusus untuk menjelaskan adopsi teknologi yang spesifik berbasis pada teknologi seluler dan berfokus pada lingkungan non organisasi sehingga sesuai dengan studi kasus penelitian ini (Ooi and Tan, 2016). Rangkuman penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Tahun Penelitian	Metodologi	Temuan	Kesenjangan
Lisana Lisana	2021	Kuantitatif (UTAUT)	<i>Perceived Usefulness, Self-efficacy, Perceived Ease of Use, Social Influence</i> dan <i>Trust</i> memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	Penelitian berfokus pada konsumen dan meneliti sistem pembayaran seluler non QR seperti GoPay, Ovo, Dana dan LinkAja
Ratih Anindita Wardhani, Yandra Arkeman, Wita Juwita Ermawati.	2023	Kuantitatif (TAM)	<i>Perceived Ease Of Use, Social Influence, Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Cost</i> mempunyai pengaruh paling besar terhadap penggunaan QRIS oleh pengusaha mikro.	Penelitian dilakukan diluar provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki karakteristik pedagang UMKM yang berbeda dan tidak membahas pengaruh kuatnya penggunaan uang tunai
Wen-Jing Suo, Mei-Teh Goi, Adriel K. S. Sim.	2021	Kuantitatif (UTAUT)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value</i> , dan <i>Personal Innovation</i> dalam teknologi informasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk mengadopsi pembayaran kode QR	Penelitian berfokus pada konsumen dan meneiti pada sistem pembayaran QR di Malaysia yang implementasinya berbeda dengan QRIS

Nama Penulis	Tahun Penelitian	Metodologi	Temuan	Kesenjangan
Li-Ya Yan, Garry Wei-Han Tanb, Xiu-Ming Loh, Jun-Jie Hew, Keng-Boon Ooi.	2020	Kuantitatif (MTAM)	<i>Perceived Transaction Convenience</i> terhadap <i>Mobile Usefulness</i> dan <i>Mobile Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> berpengaruh secara positif dan signifikan, selain itu, ditemukan adanya pengaruh signifikan <i>Optimism</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Penelitian berfokus pada konsumen dan meneliti pada sistem pembayaran QR di Malaysia yang implementasinya berbeda dengan QRIS
Cansu Türker, Burak Can Altay, Abdullah Okumus.	2022	Kuantitatif (TAM)	PT merupakan prediktor IU yang paling kuat terhadap niat menggunakan kode QR MPS.	Penelitian berfokus pada konsumen dan meneliti pada sistem pembayaran QR di Turki yang implementasinya berbeda dengan QRIS
Prabhakar Nandru, Senthil Kumar S.A. and Madhavaiah Chendragiri.	2023	Kuantitatif (UTAUT)	Studi ini menegaskan bahwa faktor-faktor seperti PE, EE, FC, PT dan DFL pelanggan merupakan faktor penentu yang signifikan terhadap niat pedagang kaki lima untuk menggunakan layanan pembayaran kode QR.	Penelitian berfokus pada sistem pembayaran QR di India yang implementasinya berbeda dengan QRIS
Abdullah Ibrahim Jawad and Tania Parvin, Md Sajjad Hosain.	2022	Kuantitatif (TAM)	PT, SI, PEU dan PU mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap niat mengadopsi MOPP sedangkan PR mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap niat mengadopsi MOPP.	Penelitian berfokus pada konsumen dan meneliti pada sistem pembayaran non QR Code seperti <i>WeChat</i> , <i>Alipay</i> , <i>GooglePay</i> dan <i>AmazonPay</i> di Tiongkok, India, dan Bangladesh