BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Fokus penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Adopsi penerimaan digital payment pada kalangan milenial Dian dinata Houston (2019)	Penggunaan digital payment di kalangan generasi milenial.	Kualitatif	Penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial lebih suka menggunakan pembayaran digital karena kemudahan dan berbagai promo yang ditawarkan. Meskipun terdapat kekurangan seperti kurangnya keamanan, pengguna tetap memilih *digital payment* karena efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi. Generasi milenial cenderung memilih *digital payment* karena dianggap lebih praktis dan instan.
2	Dampak Adopsi *QRIS* pada UMKM sektor food and beverage di banda aceh Teuku Syifa, Evriyenni, Rahmi (2023)	Tantangan dalam adopsi *QRIS* (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran alternatif pada UMKM	Kualitatif	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa adopsi *QRIS* sebagai sistem pembayaran alternatif pada UMKM sektor Food and Beverage di Kota Banda Aceh menghadapi beberapa dampak dan tantangan. Meskipun *QRIS* memiliki manfaat seperti kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi, tingkat penggunaan masih rendah, dengan hanya 20% pelaku UMKM yang melaporkan intensitas transaksi menggunakan *QRIS* dalam kategori sedang hingga tinggi. Sebagian besar masyarakat masih lebih memilih menggunakan uang

				tunai untuk transaksi kecil, dan rendahnya literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor penghambat adopsi *QRIS*
3	Pola perilaku konsumen digital dalam memanfaatkan aplikasi dompet digital Sisca Aulia (2020)	Perilaku konsumen dalam menggunakan pembayaran digital pada masa pandemi covid-19	Kualitatif	Studi ini membahas pola perilaku konsumen digital dalam pembayaran digital, khususnya fokus pada generasi milenial yang aktif menggunakan dompet digital, terutama selama pandemi Covid-19. Pembayaran digital memungkinkan belanja online tanpa kontak fisik, sesuai dengan kebijakan *physical distancing*. Adopsi pembayaran elektronik dan dompet digital semakin meningkat karena dianggap lebih aman daripada uang tunai. Pandemi Covid-19 telah membentuk masyarakat baru yang mengandalkan pembayaran elektronik melalui dompet digital, memudahkan akses, mematuhi protokol kesehatan, dan mempengaruhi perilaku konsumen digital.
4	Implementasi system aplikasi pembayaran *digital payment* dalam pelaksanaan pembayaran berbasis *cashless* dimasa pandemi covid-19. Dzakisyah Alyus Mubarak (2022).	Keefektifan penggunaan digital payment	Kualitatif	Penelitian tersebut menunjukan meskipun *digital payment* terbukti efektif, terdapat masalah dengan sistem, cara berpikir, dan sumber daya manusia. Namun manfaat yang diperoleh dari penggunaan digital payment lebih banyak, yaitu memudahkan satuan kerja dalam pemenuhan belanja barang kebutuhan operasional. Selain itu, ada sejumlah faktor yang memengaruhi keberhasilan penggunaan Aplikasi *DigiPay*. Seperti keadaan pandemi Covid-19, kebijakan pemerintah yang mendorong pembayaran non tunai, kemajuan dalam teknologi informasi perbankan, dan model bisnis

				DigiPay yang mendorong usaha kecil dan sederhana (UMKM) untuk berpartisipasi dalam pembelian dan penjualan barang atau jasa satuan kerja.
5	Analisis efektifitas mplementasi system pembayaran digital *QRIS* dalam meningkatkan penjualan usaha dagang plastic intan baru sibuhuan. Ghilman Rozy Hrp, Nurbaiti, Khairina Tambunan (2023).	Kemudahan transaksi pada pembayaran digital *QRIS*	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Intan Baru Sibuhuan mendapatkan manfaat positif dari implementasi pembayaran digital *QRIS* dalam metode pembayaran mereka. Hal ini memberikan kemudahan transaksi bagi konsumen dan penjual dengan hanya menggunakan satu *QR Code* yang mengintegrasikan banyak aplikasi pembayaran. Selain itu, *QRIS* membantu meminimalisir penyebaran uang palsu karena tidak ada pertukaran uang fisik yang dilakukan**.** Pengimplementasian *QRIS* juga dinilai efektif dalam enam tolak ukur efektivitas, termasuk kualitas sistem, informasi, pelayanan, pengguna, dan kemudahan penggunaan.

Sumber: diolah peneliti, 2024

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas yang terjadi saat seseorang mencari, memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Irwansyah et al., 2021). Sejalan dengan Subianto (2007) perilaku konsumen terdiri dari semua hal yang dilakukan oleh pelanggan di dunia nyata. Faktor internal dan eksternal mengarahkan perilaku mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa yang diinginkannya.

Menurut Gohae et al., (2021) dalam membuat keputusan, konsumen melakukan upaya untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhannya, yang dikenal sebagai perilaku konsumen. Sejalan dengan Syafrianita et al., (2022) perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, mengkonsumsi, menghabiskan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang terjadi sebelum tindakan ini.

Selain itu, perilaku konsumen dapat digambarkan seperti merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengkonsumsi produk tersebut dan berakhir dengan perasaan puas atau tidak puas. (Reska et al., 2023)

2.2.2 Jenis Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat dibagi menjadi dua kategori (Firmansyah, 2018):

1. Rasional, perilaku konsumen yang rasional mengacu pada perilaku konsumen ketika mereka membeli barang dan jasa dengan mempertimbangkan kebutuhan mendesak, kebutuhan utama, dan manfaat produk itu sendiri bagi mereka.
2. Irasional, perilaku konsumen yang mudah terpengaruh oleh iklan produk tanpa mempertimbangkan aspek penting atau kebutuhan.

2.2.3 Faktor yang Mendasari Perilaku Konsumen

Menurut Muharam et al., (2023) terdapat beberapa hal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

1. Pengaruh lingkungan

   Faktor lingkungan yang berdampak pada perilaku konsumen, meliputi:

a. Budaya, dalam konteks budaya, hal-hal seperti konsep, benda-benda unik, nilai, dan simbol memiliki fungsi untuk membantu orang berinteraksi, menerjemahkan, dan menilai diri mereka sebagai bagian dari masyarakat.
b. Kelas sosial, Sebuah hirarki atau tingkat status sosial yang membedakan antara individu dan kelompok berdasarkan bagaimana mereka dihargai dan dihormati.
c. Pengaruh pribadi, mengacu pada kelompok orang yang dekat satu sama lain dan dapat menjadi kelompok perbandingan yang dapat mempengaruhi dan bertindak sebagai pemimpin dalam membuat keputusan.
d. Keluarga, sekelompok individu yang tinggal bersama dan memiliki ikatan biologis, perkawinan atau adopsi.
e. Situasi, pengaruh yang berasal dari variabel yang hanya berlaku di suatu tempat dan waktu tertentu, dan tidak berkaitan dengan karakteristik konsumen atau fitur produk.

2. Faktor individu

a. Sumber daya konsumen, kemampuan yang dimiliki oleh tiap pelanggan saat membuat keputusan ini termasuk waktu, uang dan perhatian pelanggan atau kemampuan mereka untuk menerima dan mengolah informasi.
b. Keterlibatan dan motivasi, komponen bawaan yang menggerakkan perilaku seseorang ke arah tujuan tertentu. Dua kategori motivasi adalah rasional dan emosional.
c. Pengetahuan, pengetahuan konsumen dapat mencakup pengetahuan tentang produk itu sendiri, pengetahuan tentang proses pembelian, dan pengetahuan tentang cara menggunakan produk tersebut.

d. Sikap, hasil dari penilaian mendalam yang menghasilkan respons yang konsisten terhadap suatu hal atau pilihan tertentu, baik itu menguntungkan atau tidak
e. Kepribadian dan gaya hidup, merupakan faktor psikologis yang membentuk kepribadian dan gaya hidup seseorang menentukan dan mencerminkan bagaimana mereka secara teratur merespons lingkungan mereka.

3. Faktor psikologis

Selain faktor individu dan lingkungan, faktor psikologis juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan melibatkan beberapa faktor psikologis yaitu:

a. Pengolahan informasi, berbicara tentang bagaimana stimulus diterima, ditafsirkan, disimpan dalam ingatan dan kemudian digunakan kembali. Pemaparan, fokus perhatian, pemahaman, penerimaan, dan retensi adalah bagian dari proses pengolahan informasi.
b. Pembelajaran, suatu proses di mana pengalaman mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang. Teori pembelajaran adalah dasar untuk mengembangkan konsep periklanan yang bertujuan untuk mempengaruhi cara konsumen bertindak ketika membeli sesuatu, terutama ketika konsumen membuat keputusan untuk membeli barang kembali dan membangun loyalitas terhadap merek tertentu.
c. Perubahan sikap dan perilaku, cara perspektif seseorang berkembang. Ini menjelaskan alasan mengapa orang dapat memiliki pandangan positif terhadap satu produk dan pandangan negatif terhadap produk lainnya.

2.2.4 Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) membantu memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Fred Davis membangun TAM dalam tesis doktoralnya pada tahun 1986, "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah langkah penting dalam memahami persepsi, tantangan dan faktor-faktor yang berdampak pada adopsi teknologi ini. Dengan memfokuskan pada aspek-aspek seperti *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) (Rizky Wicaksono, 2022).

Menurut Rizky Wicaksono (2022) konsep dasar dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mempelajari dan memperkirakan bagaimana pengguna akan menerima teknologi. TAM menyatakan bahwa dua faktor utama mempengaruhi adopsi teknologi, yaitu: *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease Of Use* (persepsi kemudahan penggunaan).

2.2.4.1 Perceived Usefulness (persepsi kegunaan)

Perceived Usefulness adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas. Kegunaan teknologi dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna mempengaruhi persepsi manfaatnya. Beberapa hal yang diukur dalam *Perceived Usefulness,* yaitu:

1. Efektivitas teknologi

Persepsi seseorang tentang seberapa efektif teknologi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Efektivitas teknologi terkait dengan kemampuan teknologi untuk memecahkan masalah atau membantu pengguna mencapai tujuan mereka. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi efektivitas teknologi, yaitu:

a. Kualitas teknologi

   Kualitas teknologi yang sangat penting dalam menentukan efektivitas teknologi seperti desain teknologi, fungsionalitas, keandalan dan ketersediaan dukungan teknologi.

b. Ketersediaan sumber daya

   Efektivitas teknologi juga dapat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya, seperti perangkat lunak dan perangkat keras. Sumber daya yang memadai akan membantu pengguna menggunakan teknologi dengan baik.

c. Kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna

   Teknologi yang baik harus dapat memenuhi kebutuhan pengguna, oleh karena itu perlu mempertimbangkan kebutuhan pengguna saat mengembangkan teknologi.

2. Keuntungan teknologi

Keuntungan teknologi adalah persepsi individu tentang keuntungan yang diperoleh melalui penggunaan teknologi. Keuntungan ini dapat berupa keuntungan finansial, waktu atau keuntungan lainnya (Rizky Wicaksono, 2022). Beberapa hal yang dapat mempengaruhi keuntungan teknologi, yaitu:

a. Biaya

Biaya merupakan bagian penting dari menentukan keuntungan teknologi. Jika biaya penggunaan teknologi terlalu tinggi, pengguna mungkin tidak akan terdorong untuk menggunakannya.

b. Produktivitas

Teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas pengguna dapat memberikan keuntungan pada pengguna.

c. Kualitas produk atau layanan

Teknologi yang menghasilkan barang dan jasa yang lebih baik dapat membantu pengguna.

d. Kemudahan akses

Pengguna dapat memperoleh keuntungan dari teknologi yang mempermudah akses ke produk atau informasi.

3. Keterkaitan teknologi dengan tugas

Keterkaitan teknologi dengan tugas merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu menyelesaikan pekerjaan (Rizky Wicaksono, 2022). Beberapa hal yang dapat mempengaruhi Keterkaitan teknologi dengan tugas, yaitu:

a. Fungsionalitas

Dalam pengembangan teknologi, penting untuk mempertimbangkan fungsionalitasnya karena teknologi dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas tertentu.

b. Kemampuan teknologi untuk mempercepat proses tugas

Teknologi yang dapat mempercepat atau mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas dapat membantu pengguna menyelesaikannya secara efisien. Oleh karena itu, kemajuan teknologi dapat membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih cepat.

4. Relevansi teknologi

Relevansi teknologi merupakan persepsi individu tentang seberapa relevan teknologi dengan kebutuhan pengguna, relevansi teknologi dikaitkan dengan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Rizky Wicaksono, 2022). Beberapa hal yang dapat mempengaruhi relevansi teknologi, yaitu:

a. Kebutuhan pengguna

Teknologi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna harus mempertimbangkan kebutuhan pengguna saat mengembangkannya.

b. Konteks penggunaan

Pengguna dapat mempertimbangkan teknologi yang dimaksudkan untuk digunakan dalam konteks tertentu.

c. Fitur dan fungsi teknologi

Teknologi memiliki fitur dan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, maka teknologi tersebut dapat dianggap relevan oleh pengguna.

d. Ketersediaan teknologi

Teknologi dapat dianggap relevan bagi pengguna jika teknologi mudah diakses, sehingga perlu mempertimbangkan ketersediaan teknologi saat mengembangkan teknologi.

Semakin bermanfaat teknologi bagi penggunanya, semakin tinggi kemungkinan penggunanya untuk menggunakannya. Oleh karena itu, penting bagi pengembangan teknologi untuk dirancang dengan mempertimbangkan Perceived Usefulness agar teknologi dapat membantu pengguna melakukan tugas dan memberikan manfaat yang mereka butuhkan (Rizky Wicaksono, 2022).

2.2.4.2.Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan penggunaan)

Perceived Ease of Use adalah persepsi individu tentang seberapa mudah teknologi digunakan. Perceived Ease of Use mencakup kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis dan ketersediaan sumber daya yang menentukan seberapa mudah untuk digunakan. Beberapa hal yang diukur dalam Perceived Ease Of Use antara lain:

1. Kemudahan belajar

   Kemudahan belajar merupakan persepsi individu tentang seberapa mudah teknologi dipelajari. Desain antarmuka dan fitur teknologi yang memfasilitasi pembelajaran berhubungan dengan kemudahan belajar.
2. Kemudahan penggunaan

   Kemudahan penggunaan merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat digunakan dengan mudah setelah dipelajari. Efisiensi dan kemudahan navigasi antarmuka teknologi dikaitkan dengan kemudahan penggunaan.
3. Ketersediaan dukungan teknis

Ketersediaan dukungan teknis merupakan persepsi individu tentang ketersediaan bantuan teknis ketika pengguna mengalami kesulitan menggunakan teknologi.

4. Ketersediaan sumber daya

   Ketersediaan sumber daya merupakan persepsi individu tentang ketersediaan sumber daya seperti komputer, perangkat lunak, dan jaringan internet. Ketersediaan sumber daya dapat memengaruhi seberapa mudah teknologi digunakan.

Perceived Ease of Use sangat penting dalam adopsi teknologi oleh pengguna. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin banyak pengguna yang akan menggunakannya. Oleh karena itu, penting bagi pengembangan teknologi untuk mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaan agar teknologi mudah digunakan dan membantu pengguna menyelesaikan tugas.

2.2.4.3 *Intention to Use*

Pengertian *Intention to Use* menurut Rizky Wicaksono (2022) merupakan salah satu elemen penting dari *Technology Acceptance Model (TAM),* yang mengacu pada keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi yang telah diadopsi. Karena teknologi tidak akan diadopsi jika pengguna tidak memiliki keinginan untuk menggunakannya, keinginan untuk menggunakan dapat dianggap sebagai tahap awal adopsi teknologi. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Intention to use* antara lain:

1. Persepsi tentang kemudahan penggunaan

   Individu cenderung menggunakan teknologi jika dianggap mudah digunakan.

2. Persepsi tentang kegunaan

   Jika seseorang merasa teknologi bermanfaat dan dapat membantu mereka mencapai tujuan atau menyelesaikan tugas, maka mereka lebih cenderung untuk menggunakannya.

3. Faktor sosial

   Jika individu melihat orang lain menggunakan teknologi dan merasakan manfaatnya, mereka cenderung lebih ingin menggunakannya.

4. Faktor personal

   Faktor personal mencakup kepribadian atau karakteristik individu. Keinginan untuk menggunakan teknologi lebih mungkin terjadi pada orang yang percaya diri atau cenderung mencoba hal-hal baru.

2.2.4.4 *Usage Behaviour*

Usage Behaviour menurut Rizky Wicaksono (2022)merupakan salah satu bagian dari *Technology Acceptance Model (TAM)*. Yang memiliki pengertian berupa perilaku yang mengacu pada bagaimana seseorang menggunakan teknologi setelah diadopsi. Komponen ini menyatakan bahwa penggunaan teknologi oleh seseorang bukan hanya harus berhenti setelah mereka memiliki niat untuk melakukannya, tetapi juga harus dilakukan secara konsisten dan berulang kali (Rizky Wicaksono, 2022). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Usage Behavior* antara lain:

1. Faktor teknologi

   Dalam faktor teknologi dapat dipengaruhi oleh kualitas, ketersediaan, kemampuan untuk upgrade atau pemeliharaan dan integrasi dengan teknologi

lain. Jika teknologi tidak berfungsi dengan baik atau tidak dapat diintegrasikan dengan teknologi lain, individu mungkin tidak akan terus menggunakannya.

2. Faktor sosial

   Faktor sosial seperti dukungan dari atasan atau rekan kerja, dan pengaruh kelompok sosial atau pendapat orang lain, juga dapat mempengaruhi perilaku penggunaan. Jika seseorang mendapatkan dukungan atau pengaruh positif dari lingkungan sosialnya, maka mereka lebih cenderung untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

3. Faktor personal

   Faktor personal seperti kemampuan menggunakan teknologi dan motivasi untuk menggunakan teknologi juga dapat mempengaruhi perilaku penggunaan. individu yang memiliki motivasi yang tinggi untuk menggunakan teknologi atau yang memiliki kemampuan teknologi yang lebih baik cenderung untuk terus menggunakan teknologi.

2.2.4.5 Peran faktor individu

Peran faktor individu dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah faktor yang mencakup komponen psikologis dan pribadi seseorang, seperti persepsi, sikap dan motivasi yang dapat mempengaruhi niat dan perilaku seseorang dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Pengembang teknologi harus memperhatikan faktor-faktor individu yang dapat mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi. Teknologi yang dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini cenderung lebih diterima dan digunakan oleh

pengguna. Oleh karena itu, pengembang teknologi harus memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor individu untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi (Rizky Wicaksono, 2022). Beberapa faktor individu yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi antara lain:

1. Pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa

   Individu yang sudah memiliki pemahaman dasar tentang teknologi, mereka cenderung lebih mudah mengadopsi dan menggunakan teknologi baru jika mereka telah menggunakan teknologi sebelumnya
2. Pengetahuan tentang teknologi

   Individu yang lebih akrab dengan teknologi cenderung lebih mudah memahami fitur dan fungsi teknologi, sehingga lebih mudah untuk digunakan.
3. Persepsi tentang manfaat teknologi

   Individu yang percaya bahwa teknologi akan bermanfaat bagi mereka lebih cenderung untuk mengadopsi dan menggunakannya.
4. Sikap terhadap teknologi

   Individu yang memiliki sikap positif terhadap teknologi cenderung lebih mudah untuk mengadopsi dan menggunakannya, sedangkan orang-orang yang memiliki sikap negatif cenderung enggan atau sulit untuk mengadopsi dan menggunakannya.

   1. Faktor demografis

      Faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap

teknologi serta persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

a. Usia

   Individu yang lebih muda cenderung lebih mudah memahami teknologi baru dan memiliki sikap yang lebih positif terhadapnya daripada orang yang lebih tua.

b. Jenis Kelamin

   Studi menunjukkan bahwa perempuan memiliki persepsi yang lebih rendah tentang kemampuan teknologi daripada laki-laki, yang menyebabkan sikap yang lebih negatif terhadap teknologi.

c. Level Income

   Individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi dan sikap yang lebih positif terhadap teknologi tersebut. Di sisi lain, individu dengan tingkat pendapatan yang lebih rendah cenderung memiliki persepsi dan sikap yang lebih negatif terhadap teknologi tersebut.

d. Tingkat Pendidikan

   Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah cenderung memiliki persepsi dan sikap yang lebih negatif terhadap teknologi karena mereka lebih sulit memahaminya. Di sisi lain, orang-orang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami teknologi dan memiliki sikap yang lebih positif terhadapnya.

2.2.4.6 Peran Faktor Sistem

Faktor sistem mencakup kualitas sistem atau teknologi yang mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan dan manfaat yang dihasilkannya. Faktor sistem termasuk kualitas sistem, keandalan sistem, kegunaan, kemudahan pemeliharaan sistem, dan kemampuan sistem untuk disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (Rizky Wicaksono, 2022).

1. Kualitas system

   Kualitas sistem merupakan kemampuan sistem atau teknologi untuk memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

   a. Fungsionalitas

      Fungsionalitas adalah seberapa baik sebuah sistem dapat melakukan fungsi atau tugas yang diinginkan dengan benar dan akurat. Sistem yang fungsional akan membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih efisien dan efektif.

   b. Keamanan

      Kemampuan sistem untuk melindungi data dan informasi pengguna dari ancaman keamanan seperti virus, *malware*, dan serangan siber lainnya disebut keamanan. Sistem dengan tingkat keamanan yang tinggi akan membuat pengguna merasa aman dan nyaman.

   c. Performa

      Kemampuan sistem untuk bekerja dengan cepat dan responsif dikenal sebagai performa. Sistem yang berperforma baik akan membantu

pengguna menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan lebih cepat dan efisien

d. Keterjangkauan

Keterjangkauan mengacu pada biaya dan tingkat kesulitan yang terkait dengan penggunaan dan pemeliharaan sistem. Sistem yang lebih terjangkau akan membuatnya lebih mudah digunakan oleh pengguna dan memungkinkan bisnis untuk mengurangi biaya operasional.

e. Ketersediaan

Kemampuan sistem untuk tersedia dan dapat diakses oleh pengguna kapan saja dan di mana saja didefinisikan sebagai ketersediaan. Sistem yang tersedia dengan baik akan memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi pengguna.

2. Keandalan system

Keandalan system merupakan kemampuan sistem atau teknologi untuk bekerja dengan baik dan konsisten tanpa kegagalan atau masalah teknis yang signifikan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keandalan sistem antara lain:

a. Tingkat kegagalan

Sistem dengan tingkat kegagalan yang rendah akan memberikan pengalaman pengguna yang lebih stabil dan dapat diandalkan.

b. Toleransi kesalahan

Sistem yang memiliki toleransi kesalahan yang tinggi akan lebih dapat diandalkan dalam menangani masalah teknis karena mereka dapat berfungsi dengan baik meskipun terjadi kesalahan atau masalah teknis.

c. Kemudahan perbaikan

Kemudahan perbaikan mempunyai arti sistem dapat diperbaiki dengan cepat dan mudah jika terjadi masalah teknis atau kegagalan. Sistem yang mudah diperbaiki akan menjadi lebih dapat diandalkan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik.

d. Kecepatan pemulihan

Kemampuan sistem untuk memperbaiki kesalahan atau masalah teknis dengan cepat disebut kecepatan pemulihan. Sistem dengan kecepatan pemulihan yang tinggi akan mengurangi gangguan dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih stabil.

e. Durabilitas

Sistem yang memiliki durabilitas yang baik akan memberikan pengalaman pengguna yang lebih dapat diandalkan dan tahan lama.

3. Kemudahan pemeliharaan system

Kemudahan pemeliharaan sistem mempunyai arti bahwa sistem dapat dipelihara dan diperbaiki dengan mudah dan efisien. Beberapa faktor yang mempengaruhi kemudahan pemeliharaan sistem antara lain:

a. Dokumentasi

Dokumentasi sistem yang lengkap dan jelas akan memudahkan teknisi untuk memahami bagaimana sistem bekerja dan melakukan perbaikan dan perawatan yang diperlukan.

b. Modularitas

Modularitas sistem yang baik akan memungkinkan teknisi memperbaiki atau mengganti komponen sistem yang rusak tanpa mengganggu komponen lainnya, yang mempercepat waktu perbaikan dan mengurangi gangguan bagi pengguna.

c. Skalabilitas

Skalabilitas sistem berarti bahwa sistem dapat dengan mudah dan fleksibel meningkatkan atau mengurangi kapasitasnya. Sistem yang dapat melakukannya akan menjadi lebih mudah untuk dirawat dan mengurangi biaya.

d. Kemudahan pengujian

Kemudahan pengujian berarti sistem dapat diuji dengan mudah dan efektif untuk menemukan masalah atau kesalahan. Sistem yang mudah diuji akan membuat pemeliharaan lebih mudah dan mempercepat waktu perbaikan.

e. Standarisasi

Standarisasi sistem memastikan bahwa perbaikan dan perawatan dapat dilakukan dengan mudah dengan alat dan teknologi yang umum.

4. Kemampuan system

Dalam *Technology Acceptance Model (TAM),* kemampuan sistem dapat dilihat dari beberapa aspek utama yang menentukan seberapa baik sistem diterima dan digunakan oleh pengguna.

2.2.4.7 Implementasi *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu cara untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan teknologi dalam organisasi. Implementasi TAM melibatkan berbagai strategi dan taktik untuk mendorong pengguna untuk mengadopsi teknologi dan meningkatkan kinerja organisasi (Rizky Wicaksono, 2022). Implementasi TAM terdiri dari beberapa langkah, antara lain:

1. Analisis kebutuhan dan keinginan pengguna

   Perusahaan harus menganalisis keinginan dan kebutuhan pengguna untuk teknologi yang akan digunakan. Ini dapat dicapai melalui diskusi kelompok, wawancara, atau survei dengan pengguna potensial.

2. Identifikasi faktor pengaruh

   Perusahaan harus mengidentifikasi faktor individu, sosial, dan sistem yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi dalam perusahaan.

3. Perancangan dan pengembangan teknologi

   Perusahaan harus membuat teknologi yang bermanfaat, mudah digunakan, dan memenuhi kebutuhan konsumen.

4. Pelatihan pengguna

   Perusahaan harus memastikan bahwa pengguna dapat menggunakan teknologi dengan baik melalui pelatihan yang cukup dan efektif.

5. Pengujian dan evaluasi

   Perusahaan harus menguji dan mengevaluasi teknologi sebelum digunakan secara penuh untuk memastikan bahwa itu berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna.

6. Implementasi

   Perusahaan harus menerapkan teknologi dengan hati-hati dan bekerja sama dengan pengguna dan departemen yang relevan.

7. Evaluasi ulang dan perbaikan

   Perusahaan harus terus mengevaluasi teknologi setelah implementasi dan memperbaikinya berdasarkan umpan balik pengguna.

Perusahaan harus melakukan upaya yang serius dan berkelanjutan untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan teknologi dalam organisasi mereka dengan TAM. Dengan mengikuti prosedur yang tepat dan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengguna, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja.

2.2.5 Teori *Diffusion Of Innovation*

Teori inovasi difusi dikemukakan oleh Rogers (1962) adalah proses di mana inovasi disampaikan melalui saluran komunikasi dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial. Konsep ini mencakup empat elemen utama, yaitu: inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial.

1. Inovasi adalah konsep, metode, atau barang yang dianggap baru oleh orang atau organisasi lain. Reaksi seseorang terhadap ide dipengaruhi oleh kebaruannya. Innovation terjadi ketika seseorang merasa ide itu baru.

2. Komunikasi jelas didefinisikan sebagai proses di mana orang-orang membuat dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai pemahaman satu sama lain. Pertukaran informasi di mana seseorang berbagi gagasan baru dengan satu atau lebih orang lain adalah inti dari proses difusi. Pada bentuk yang paling dasar, proses ini terdiri dari empat komponen: (1) inovasi; (2) orang atau unit adopsi lain yang tahu atau memiliki pengalaman menggunakan inovasi; (3) orang atau unit lain yang tidak tahu tentang inovasi; dan (4) jalur komunikasi yang menghubungkan kedua unit.

   Saluran komunikasi memungkinkan pesan masuk dari satu orang ke orang lain. Sifat hubungan pertukaran informasi antara dua orang menentukan kondisi di mana sumber akan mengirimkan inovasi kepada penerima dan dampak transfer.
3. Difusi membutuhkan waktu. Sebenarnya, waktu diabaikan dalam sebagian besar penelitian ilmu perilaku lainnya. Meskipun waktu merupakan elemen penting dalam setiap proses komunikasi, sebagian besar penelitian komunikasi (non difusi) tidak membicarakannya secara eksplisit. Mungkin itu adalah ide dasar yang tidak dapat dijelaskan dengan cara yang lebih sederhana
4. Anggota atau unit sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi, dan/atau subsistem. Sistem sosial terdiri dari seperangkat unit yang saling terkait yang bekerja sama untuk memecahkan masalah untuk mencapai tujuan kolektif.

Proses penciptaan inovasi melibatkan berbagai faktor, termasuk penelitian dan pengembangan, serta dinamika pasar dan teknologi. Inovasi sering kali muncul dari kebutuhan untuk memecahkan masalah atau meningkatkan efisiensi.

2.2.5.1 Proses Keputusan inovasi

Proses keputusan inovasi adalah proses di mana seseorang (atau unit pembuat keputusan lainnya) beralih dari pengetahuan awal mereka tentang inovasi ke sikap mereka terhadap inovasi, membuat keputusan untuk mengadopsi atau menolak ide baru, menerapkan gagasan baru, dan memastikan keputusan mereka. Dalam proses keputusan adopsi inovasi, Rogers (1962) mengidentifikasi lima tahap:

1. Pengetahuan

   Pengetahuan muncul ketika seseorang (atau unit pengambilan keputusan lainnya) menyadari inovasi dan memahami bagaimana ia berfungsi.

2. Persuasi

   Persuasi terjadi ketika seseorang atau kelompok pengambilan keputusan lainnya memiliki sikap terhadap inovasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan.

3. Keputusan

   Keputusan terjadi ketika seseorang (atau unit pembuat keputusan lainnya) melakukan tugas yang menentukan apakah inovasi diterima atau ditolak.

4. Implementasi

   Merupakan inovasi yang digunakan oleh individu atau unit pengambilan keputusan lainnya.

5. Konfirmasi

   Konfirmasi terjadi ketika seseorang (atau unit pengambilan keputusan lainnya) mencoba memperkuat keputusan inovasi yang telah dibuat; namun, jika diberitahu tentang inovasi yang bertentangan, keputusan sebelumnya dapat diubah.

2.2.5.2 Karakteristik inovasi yang mempengaruhi tingkat adopsi

Menurut Rogers (1962) karakteristik inovasi yang mempengaruhi tingkat adopsi diuraikan menjadi lima karakteristik utama yang mempengaruhi Tingkat adopsi inovasi, yaitu:

1. Keuntungan Relative

   Keuntungan relatif adalah sejauh mana sebuah inovasi dianggap lebih baik daripada ide atau produk yang digantikannya. Ini bisa diukur dalam hal profitabilitas ekonomi, peningkatan status sosial, atau manfaat lain. Sifat inovasi menentukan jenis keuntungan yang paling penting bagi pengadopsi, seperti keuntungan ekonomi untuk bisnis atau keuntungan sosial untuk komunitas. Selain itu, karakteristik pengadopsi juga mempengaruhi jenis keuntungan yang mereka anggap paling penting.

2. Kompatibiltas

   Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan calon pengadopsi. Inovasi yang lebih kompatibel cenderung mengurangi ketidakpastian bagi calon pengadopsi. Suatu inovasi bisa kompatibel atau tidak kompatibel dengan: (1) nilai dan

keyakinan sosial budaya, (2) ide-ide yang diperkenalkan sebelumnya, atau (3) kebutuhan klien akan inovasi tersebut.

3. Kompleksitas

   Kompleksitas adalah tingkat kesulitan suatu inovasi untuk dipahami dan digunakan.

4. Triabilitas

   Triabilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dapat diuji pada skala kecil sebelum diadopsi sepenuhnya dikenal sebagai trialabilitas. Inovasi yang dapat diuji coba biasanya diadopsi lebih cepat daripada yang tidak bisa. Inovasi yang dapat diuji coba juga lebih yakin untuk diadopsi. Percobaan inovasi berbeda-beda.

5. Observabilitas

   Observabilitas adalah sejauh mana hasil inovasi terlihat oleh orang lain. Hasil dari beberapa ide mudah diamati dan dikomunikasikan kepada orang lain, sedangkan beberapa inovasi sulit untuk dijelaskan kepada orang lain.

   Sebagian besar inovasi yang dipelajari dalam penelitian difusi adalah ide teknologi. Teknologi adalah desain untuk tindakan instrumental yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab-akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Teknologi memiliki dua komponen: (1) aspek perangkat keras yang terdiri dari alat yang mewujudkan, teknologi sebagai objek material atau fisik, dan (2) aspek perangkat lunak yang terdiri dari basis informasi untuk alat tersebut.

2.2.5.3 Kategori adopter dan Tingkat inovasi

Individu dalam masyarakat dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori menurut Rogers (1962), berdasarkan waktu adopsi inovasi:

1. Innovator

   Innovator merupakan individu yang biasanya berani mengambil risiko dan bersedia mencoba ide-ide baru. Mereka juga biasanya orang pertama yang mengadopsi inovasi.

2. Early adopter (pengadopsi awal)

   Inovasi yang diadopsi oleh pengadopsi awal, yang sering dianggap sebagai pemimpin opini dalam komunitas mereka.

3. Early majority (mayoritas awal)

   Kelompok ini lebih inovatif daripada orang lain di masyarakat. Mereka jarang menjadi pemimpin, tetapi karena jumlah mereka yang besar, mereka tetap penting dalam proses difusi.

4. Late majority (mayoritas akhir)

   Setelah mayoritas masyarakat menggunakan inovasi, kelompok ini menjadi lebih skeptis dan membutuhkan tekanan sosial untuk menerimanya.

5. Laggard (pengekor)

   Individu yang terakhir dalam sistem sosial yang mengadopsi inovasi. Mereka hampir tidak memiliki kepemimpinan opini. Mereka adalah yang paling lokal dalam pandangan mereka dari semua kategori pengadopsi. Mereka sangat konservatif dan tradisional, serta cenderung skeptis terhadap perubahan.

2.2.5.4 Teori difusi inovasi ini digunakan peneliti untuk mengetahui hambatan yang dirasakan digital immigrant pada saat penggunaan teknologi *QRIS*. Teori

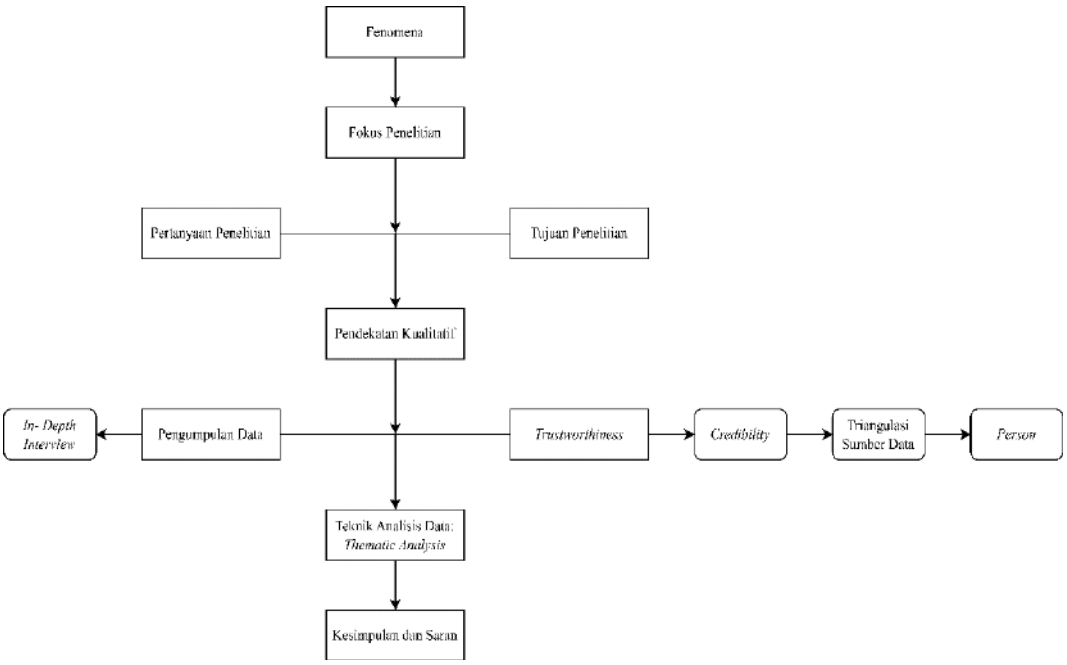
ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghalangi adopsi *QRIS* oleh pengguna yang kurang familiar dengan teknologi digital. Dengan menggunakan kerangka kerja teori difusi inovasi, peneliti dapat menganalisis persepsi, pengetahuan, dan sikap para digital immigrant terhadap *QRIS*, serta mengevaluasi efektivitas strategi edukasi dan sosialisasi yang telah dilakukan.

2.3 Kerangka pikir

Kerangka berpikir adalah struktur konseptual yang memberikan dasar teoritis dan konseptual untuk merancang dan melaksanakan penelitian, ini digunakan untuk merumuskan pertanyaan penelitian, menganalisis data dan menginterpretasikan hasil penelitian.

Kerangka berpikir adalah teori dasar penelitian yang berasal dari fakta-fakta, observasi dan pengamatan kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat ide-ide, teori atau dalil yang akan menjadi dasar penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini, variabel penelitian dijelaskan secara menyeluruh dan sesuai dengan masalah yang diteliti. Ini memungkinkan untuk mendapatkan jawaban atas masalah penelitian (Syahputri et al., 2023).

Kerangka pikir penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:



Sumber: diolah peneliti, 2024

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi fenomena yang menjadi fokus utama, yaitu *digital payment QRIS*. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk memahami adopsi penerimaan *QRIS* pada *digital immigrant.* Dari fokus ini, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana persepsi penerimaan *QRIS* pada *digital immigrant?* dengan tujuan untuk menganalisis persepsi penerimaan *QRIS* pada *digital immigrant* dan hambatan yang dirasakan oleh *digital immigrant.* Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam *(in-depth interview)* dengan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Untuk memastikan *trustworthiness* penelitian, kriteria kredibilitas digunakan melalui strategi triangulasi sumber data dengan aspek *person*, yang melibatkan pengumpulan dan verifikasi data dari berbagai sumber. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik,

yang bertujuan untuk mengetahui dan mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dari data. Proses analisis tematik sendiri mempunyai enam tahapan dan analisis tematik dimulai dengan memahami data yang ada, yaitu dengan membaca dan meninjau ulang semua data yang telah dikumpulkan untuk mendapatkan gambaran umum. Langkah selanjutnya adalah pengkodean awal, di mana bagian-bagian data yang relevan dan menarik diidentifikasi dan diberi kode. Setelah itu, proses berlanjut dengan mencari tema, yakni mengelompokkan kode-kode yang telah dibuat ke dalam tema-tema yang lebih besar dan bermakna. Tema-tema ini kemudian dikembangkan dan ditinjau ulang untuk memastikan bahwa mereka mewakili data dengan akurat dan lengkap. Setelah tema-tema tersebut diverifikasi, langkah berikutnya adalah mendefinisikan dan menamainya dengan jelas, sehingga tema-tema tersebut dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca. Proses ini diakhiri dengan penulisan hasil, di mana tema-tema yang telah diidentifikasi dan dianalisis dijelaskan secara rinci dalam laporan akhir. Proses ini menghasilkan kesimpulan yang memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan memenuhi tujuan penelitian. Penelitian ini diakhiri dengan penyusunan kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini menyajikan temuan utama yang relevan dengan fokus penelitian, sementara saran memberikan usulan untuk penelitian lanjutan yang dapat memperluas pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.