

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)**

Model TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model yang dikembangkan untuk mengetahui tingkat penerimaan sebuah teknologi baru di masyarakat. Model TAM (*Technology Acceptance Model*) sudah sangat umum digunakan untuk suatu pengukuran penerimaan sebuah teknologi baru di dalam masyarakat. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu model yang dikembangkan dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang sebenarnya fokus pembahasannya adalah perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989).

Variabel model klasik TAM antara lain;

- a. Kemudahan Penggunaan (*perceived usefulness*)
- b. Kemanfaatan (*percieved ease of use*)

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan bahwa *Perceived of usefules* adalah tingkat pandangan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dan *Ease of use* adalah tingkat pandangan individu bahwa menggunakan teknologi akan mempermudah dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Chin dan Todd (1995) mengungkapkan terdapat beberapa indikator yang menyatakan penerapan teknologi dapat dikatakan bermanfaat diantaranya :

- Bermanfaat.
- Meningkatkan efektivitas.
- Membuat pekerjaan lebih mudah.
- Menambah produktifitas.
- Mengembangkan kinerja.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010) mengungkapkan indikator sebuah teknologi dapat dikatakan mudah apabila diantaranya :

- Teknologi informasi dapat dipelajari dengan mudah.
- Teknologi informasi dapat dioperasikan dengan mudah.
- Teknologi informasi dapat diterapkan dengan mudah.

## **2. *The Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)***

Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah salah satu model penerimaan teknologi terbaru yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris dan Davis (2003). Variabel utama yang terdapat dalam model UTAUT adalah :

- *Performance Expectancy*: Tingkat ukuran dimana seseorang percaya pada saat penggunaan teknologi akan membantunya menyelesaikan berbagai permasalahan.
- *Effort Expectancy*: Tingkat ukuran dimana adanya kemudahan dalam penggunaan sistem.

- *Social Influence*: Tingkat dimana seorang individu merasa bahwa orang-orang yang penting baginya percaya sebaiknya dia menggunakan sistem yang baru.
- *Facilitating Conditions*: Tingkat dimana seorang individu terhadap ketersediaan infrastruktur teknik dan organisasional (sumber daya) untuk mendukung penggunaan sistem.

Variabel tambahan yang terdapat dalam model UTAUT adalah :

- *Gender*: Peranan umur memiliki pengaruh psikologis yang cukup besar pada penggunaan sistem.
- *Age*: Umur memiliki efek pada tingkah laku individu.
- *Experience*: latihan pengenalan pada sistem dengan kemampuan yang dibutuhkan.
- *Voluntariness of Use*: Penggunaan sistem dengan sendirinya atau tanpa perintah lagi.

*Experience* adalah pengalaman yang dirasakan seseorang di masa lalu sedangkan untuk *M-payment experience* adalah Pengalaman seseorang terhadap sesuatu di masa lalu akan memberikan pengaruh perilaku tertentu terhadap sesuatu yang sama (Liébana-Cabanillas et al., 2014).

### **3. *Percieved Enjoyment***

Davis mendefinisikan *Perceived Enjoyment* dengan: “*the intrinsic reward derived through the use of the technology*” (manfaat intrinsik yang didapatkan melalui penggunaan teknologi Berbeda dengan motivasi ekstrinsik seperti *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat) yang didasarkan pada

pencapaian *goals* (tujuan) atau *rewards* (imbalan) tertentu, motivasi intrinsik mengacu pada kesenangan melakukan kegiatan itu sendiri.

Menurut Ulaan et al., *Perceived Enjoyment* adalah “*The level of satisfaction that consumers feel during online purchase on a particular website, in terms of the ability to bring them happiness, while excluding the performance that they will experience*” (tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen selama membeli secara online di website tertentu, sebatas kemampuan membuat bahagia, tidak termasuk hasil yang akan didapat). Prinsipnya adalah “Semakin calon pembeli menikmati proses *online shopping* di suatu website, semakin kuat kemungkinan calon pembeli akan membeli di website tersebut”.

#### **4. Konsep *Mobile Payment***

*Mobile Payment* adalah pembayaran elektronik yang memanfaatkan telepon genggam pintar agar dapat memudahkan pengguna untuk melakukan segala transaksi yang bertujuan untuk memperoleh barang atau pelayanan jasa (Karnouskos, 2004). Adapun menurut Wentker et al (2014) menjelaskan bahwa *mobile payment* merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membayarkan segala macam transaksi menggunakan layanan aplikasi pada telepon genggam yang dimiliki oleh konsumen.

Untoro et al (2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui penggunaan perangkat ponsel atau mobile yaitu sebagai berikut :

- *Mobile Order*, merupakan transaksi untuk melakukan pemesanan menggunakan perangkat ponsel namun tidak untuk melakukan pembayaran.

- *Mobile Payment*, pembayaran dana atas barang atau jasa yang telah diberikan atau diperoleh dengan menggunakan perangkat ponsel yang dapat dilakukan di berbagai lokasi.
- *Mobile Delivery*, transaksi dengan menggunakan ponsel untuk menerima barang atau jasa namun tidak untuk melakukan pembayaran.
- *Mobile Banking*, yaitu penggunaan ponsel sebagai media untuk mengakses fungsi perbankan yang telah disediakan oleh bank melalui website ataupun aplikasi yang telah tersedia.

Skema mobile payment dari sistem pembayaran OVO pada aplikasi GRAB:

- Pengguna melakukan pemesanan jasa melalui aplikasi GRAB dan memilih metode pembayaran dengan saldo OVO.
- Pengguna menunggu driver yang mengambil order sesuai pesanan pengguna.
- Pengguna menerima order sesuai dengan apa yang telah dipesan.
- Setelah orderan diterima oleh pengguna, maka secara otomatis saldo OVO pada aplikasi GRAB akan terpotong untuk melakukan pembayaran.
- Pengguna akan mendapatkan email konfirmasi bahwa transaksi telah berhasil dilakukan.

## **B. Penurunan Hipotesis**

### **1. *Perceived of usefulness***

*Perceived of usefulness* dapat diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa jika suatu pengguna menggunakan sistem tersebut beranggapan akan meningkatkan kinerja atau kualitas mereka dalam melakukan sesuatu (Davis, 1989).

Menurut penelitian Karim (2017) menjelaskan bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Pendapat Karim didukung oleh penelitian Santoso (2012) menyatakan bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi dan penelitian Aritonang dan Anton (2018) yang menyatakan bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Sehingga manfaat kemudahan yang diterima oleh penggunaan teknologi diharapkan dapat meningkatkan penerimaan teknologi di masyarakat atau pengguna teknologi. Semakin tinggi tingkat manfaat kemudahan yang diterima oleh pengguna teknologi maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan penggunaan teknologi tersebut. Maka hipotesis pertama yang diajukan oleh peneliti adalah:

H<sub>1</sub>: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran

## 2. *Percieved ease of use*

*Ease of use* adalah suatu keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa jika pengguna menggunakan sistem teknologi tersebut akan merasakan atau mendapatkan kemudahan untuk tidak mengeluarkan tenaga lebih dalam melakukan pekerjaan atau yang lainnya.

Menurut penelitian Karim (2017) menyatakan bahwa *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian Aritonang dan Anton (2018) menyatakan bahwa *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi serta penelitian Latifah dan Azka (2013) yang menyebutkan bahwa *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Sehingga kemudahan penggunaan teknologi yang diterima oleh para pengguna teknologi diharapkan dapat meningkatkan penerimaan penerapan teknologi. Semakin tinggi kemudahan penggunaan yang diterima oleh pengguna teknologi atau masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi. Maka dapat diperoleh hipotesis kedua :

H<sub>2</sub>: *Ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran

### 3. *M-Payment Experience*

Menurut penelitian Karim (2017) menyatakan bahwa *m-payment experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Sedangkan menurut penelitian Liébana-Cabanillas et al (2014) menegaskan bahwa pengguna yang telah memiliki pengalaman di masa lalu dalam menggunakan *m-payment* atau sering menggunakan aplikasi layanan *m-payment* di dalam kegiatannya kemungkinan besar akan menerima jenis *m-payment* yang baru.

Sehingga pengguna yang telah memiliki pengalaman menggunakan *m-payment* di masa lalu kemungkinan besar akan menerima jenis *m-payment* yang baru di masa yang akan datang. Semakin banyak pengalaman pengguna teknologi dalam menggunakan teknologi *m-payment* di masa lalu semakin tinggi pula tingkat penerimaan penggunaan teknologi di masa yang akan datang. Maka dapat diperoleh hipotesis ketiga:

H<sub>3</sub>: *M-payment experience* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran

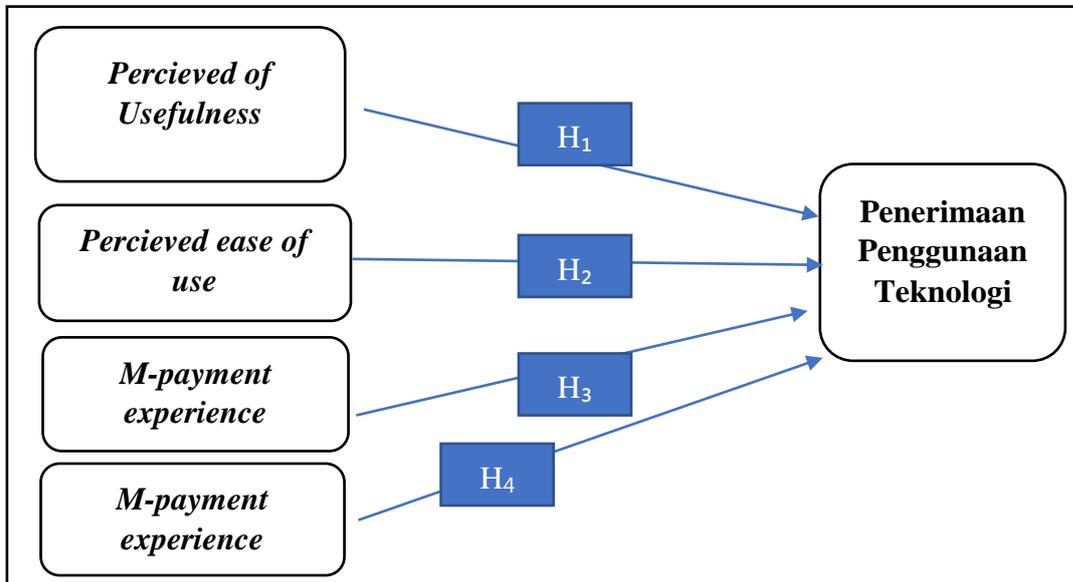
#### 4. Percieved Enjoyment

Menurut Davis (1989) *perceived enjoyment* merupakan seberapa besar individu percaya bahwa kegiatan dalam penggunaan sistem tersebut memberikan kenyamanan dan dianggap menyenangkan dalam dirinya. Jika menggunakan sistem tersebut dapat memberikan kenyamanan dan dianggap menyenangkan oleh individu otomatis individu tersebut akan termotivasi menggunakan sistem tersebut.

Menurut penelitian Santoso (2012) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Latifah dan Azka (2013) yang menjelaskan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Sehingga kenyamanan yang didapatkan oleh pengguna teknologi diharapkan memotivasi pengguna untuk dapat menerima teknologi yang baru. Semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi. Maka dapat diperoleh hipotesis:

H<sub>4</sub>: *Perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran

### C. Model Penelitian



**Gambar 2. 1**  
Model Penelitian