



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan membahas tentang teori yang dikemukakan oleh berbagai buku dan jurnal terkait. Penjelasan tentang Manajemen, Manajemen Operasi, *Ten Decision of Operation Management*, *Mobile Payment*, *Behavior Intention*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Perceived Transaction Convenience*, *Perceived Transaction Speed*, Penelitian Terdahulu, dan Model Penelitian.

2.1. Manajemen

Menurut Robbins dan Coulter dalam buku *Management* yang terbit pada 2016, menyatakan bahwa Manajemen terdiri dari mengkoordinasikan dan mengawasi setiap kegiatan aktivitas kerja karyawan atau orang lain sehingga kegiatan kerja dapat diselesaikan secara efektif dan efisien. Manajemen juga melakukan koordinasi dan melakukan pengawasan terhadap pekerjaan karyawan atau orang lain sehingga dapat membedakan posisi non-manajerial dari yang manajerial (Robbins & Coulter, 2016). Sedangkan menurut Suprihanto dalam bukunya yang berjudul *Manajemen* yang diterbitkan oleh Gadjah Mada *University Press* yaitu Ilmu pengetahuan manajemen adalah suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari tata cara mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan dengan efisien serta efektif dengan salah satu bantuan melalui orang lain dan sumber daya sekitarnya. Manajemen menggunakan berbagai bantuan atau melalui sumber daya manusia dalam hal ini mencakup arti yang sangat general dan luas, yaitu dapat berupa bantuan sumber daya manusia dalam bentuk pemikiran, tenaga, dan juga berupa intuisinya (Suprihanto, 2014). Dilanjutkan dengan penjelasan dari Goerge

dan Jones dalam buku mereka yaitu *Understanding and Managing Organizational Behavior* bahwa Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan sumber daya manusia, keuangan, material, dan sumber daya organisasi lainnya untuk meningkatkan efektivitas (George & Jones, 2012).

Dijelaskan lebih dalam juga bahwa manajer atau karyawan tidak dapat melakukan apa yang mereka inginkan kapan pun, di mana saja, atau dengan cara apa pun. Sebaliknya, manajemen memiliki keterlibatan dalam memastikan bahwa kegiatan aktivitas kerja diselesaikan secara efektif serta efisien oleh orang yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan aktivitas kerja yang sesuai, atau setidaknya harus dilakukan oleh pihak manajemen (Robbins & Coulter, 2016). Tidak hanya itu menurut Robert dan Coulter dalam bukunya, Manajemen juga memperhatikan efektivitas karyawan dalam bekerja. Efektivitas banyak digambarkan sebagai "melakukan aktivitas kerja yang tepat dan benar" yaitu, melakukan berbagai aktivitas kerja yang menghasilkan pencapaian tujuan. Melalui berbagai inisiatif kerja karyawan, tujuan perusahaan dapat dikejar dan dicapai. Sedangkan efisiensi berkaitan dengan cara menyelesaikan sesuatu, efektivitas berkaitan dengan tujuan, atau pencapaian tujuan organisasi. Dalam organisasi yang sukses, efisiensi tinggi dan efektivitas tinggi biasanya berjalan seiring. Manajemen yang buruk dan tidak baik mengarah pada kinerja yang buruk biasanya akan menjadi tidak efisien dan tidak efektif. Efisiensi mengacu pada mendapatkan hasil terbanyak dari input atau sumber daya yang paling sedikit. Manajer menangani sumber daya yang langka dan sulit didapatkan sesuai kriteria yang diminta sumber daya manusia, uang, dan peralatan sehingga manajer harus menggunakan sumber

daya itu secara efisien. Efisiensi disebut sebagai "melakukan aktivitas kerja yang tepat dan benar," yaitu, dengan tidak membuang sumber daya yang ada dengan sembarangan (Robbins & Coulter, 2016).

Hal serupa juga dikemukakan oleh Burrow, Kleindl, dan Becraft dalam buku mereka bertajuk *Business Management* pada tahun 2017, yaitu diperlukan seorang manajer menyelesaikan fungsi - fungsi manajemen secara teratur dan memiliki wewenang atas pekerjaan dan orang lain (Burrow, Kleindl, & Becraft, 2017). Dalam buku Robert dan Coulter terdiri Empat Fungsi Manajemen mencapai tujuan yang dilakukan dalam organisasi atau perusahaan:

1. Merencanakan

Fungsi manajemen yang memiliki penetapan tujuan, memikirkan strategi untuk dapat mencapai tujuan dan mengembangkan rencana untuk mengoordinasikan kegiatan yang telah direncanakan.

2. Pengorganisasian

Fungsi manajemen memiliki pengaturan dan menyusun aktivitas kerja untuk memenuhi tujuan perusahaan.

3. Memimpin

Fungsi manajemen memiliki kemampuan untuk memimpin, memotivasi orang lain untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. Mengontrol

Fungsi manajemen memiliki pemantauan, perbandingan, koreksi evaluasi kinerja karyawan. (Robbins & Coulter, 2016)

Berdasarkan buku *Management* karyawan Robbins dan Coulter dapat disimpulkan bahwa keterampilan manajemen yang disusun dengan keterampilan teknis adalah pengetahuan khusus pekerjaan dan teknik yang diperlukan untuk melakukan tugas pekerjaan dengan cakup dan baik, keterampilan interpersonal adalah kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan baik bersama orang lain secara kelompok serta secara individu, keterampilan konseptual adalah kemampuan yang dimiliki untuk berpikir dan membuat konsep berisikan tipe abstrak dan situasi yang rumit serta kompleks (Robbins & Coulter, 2016).

2.2. Manajemen Operasi

Berdasarkan pernyataan Robbins dan Coulter dalam bukunya *Management* yang diterbitkan oleh *Pearson Education Limited* bahwa Manajemen Operasi adalah proses transformasi yang mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa jadi. Sistem manajemen operasi menggunakan orang, teknologi, modal, peralatan, bahan, informasi dan mengubahnya melalui berbagai proses, prosedur, aktivitas kerja, dan sebagainya menjadi barang jadi dan layanan yang dapat digunakan dengan semestinya (Robbins & Coulter, 2016). Sedangkan menurut Heizer, Render, dan Munson pada buku mereka yang bertajuk *Operations Management* yaitu Manajemen operasi adalah berbagai kegiatan yang membuat dan menciptakan nilai atau *value* lebih dalam bentuk jasa atau barang dengan mengubah barang dan jasa dari *input* menjadi *output*. Kegiatan dalam membuat dan menciptakan jasa dan barang berlangsung di semua perusahaan. Di perusahaan manufaktur, kegiatan aktivitas produksi yang membuat dan menciptakan barang biasanya sudah banyak dilakukan (Heizer, Render, & Munson, 2017). Hampir sama dengan teori yang dikemukakan oleh Slack, Brandon dan Johnston dalam buku mereka yaitu

Operations Management yang diterbitkan oleh *Pearson Education Limited* bahwa Manajemen operasi dijelaskan sebagai aktivitas kerja dengan mengelola sumber daya yang membuat dan menciptakan serta memberikan produk dan layanan dengan berkualitas tinggi. Fungsi operasional adalah bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab atas kegiatan mencakup efektifitas dan efisiensi (Slack, Brandon-Jones, & Johnston, 2013). Skripak juga menambahkan pendapatnya dalam buku dengan judul *Fundamental of Business* bahwa pekerjaan manajemen operasi terdiri dari semua kegiatan yang terlibat dalam mengubah ide produk menjadi produk jadi (Skripak, 2016). Robbins dan Coulter juga menambahkan bahwa manajemen operasi sangat penting untuk perusahaan dan manajer karena memiliki tiga hal penting yaitu:

1. Mencakup manufaktur dan layanan;
2. Sangat penting untuk mengelola dan melakukan produktivitas secara efektif serta efisien;
3. Memainkan peran strategis demi keberhasilan kompetitif anorganisasi (Robbins & Coulter, 2016).

Teori Manajemen Operasi diperdalam lagi oleh Jacobs dan Chase dalam buku mereka yang berjudul *Operations and Supply Chain Management* bahwa Operasi dan manajemen rantai pasokan (OSCM) didefinisikan sebagai desain, operasi, dan peningkatan sistem yang menciptakan dan memberikan produk dan layanan utama perusahaan (Jacobs & Chase, 2014). Perusahaan yang sukses mengakui peran sangat penting yang dilakukan manajemen operasi sebagai salah satu bagian dari strategi perusahaan secara penuh serta keseluruhan untuk membangun dan mempertahankan kepemimpinan global (Robbins & Coulter,

2016). Heizer, Render, dan Munson juga menjelaskan Teknik Manajemen Operasi berlaku di seluruh dunia dan hampir semua perusahaan menggunakan teknik Manajemen Operasi agar semakin produktif. Diperlukan aplikasi Manajemen Operasi berada di kantor, rumah sakit, restoran, toko, atau pabrik untuk produksi barang dan jasa yang berkualitas terdepan (Heizer, Render, & Munson, 2017). Disetujui juga oleh Robbins dan Coulter bahwa setiap bagian unit di suatu perusahaan menciptakan dan menghasilkan hal, manajemen harus terbiasa dengan teknik manajemen operasi dan konsep untuk mencapai dan menyelesaikan tujuan secara efektif dan efisien (Robbins & Coulter, 2016). Peran strategis yang dimainkan manajemen operasi dalam kinerja organisasi yang sukses dapat disaksikan dengan jelas ketika banyaknya perusahaan bergerak ke arah pengembangan dan pengelolaan operasi perusahaan mereka (Robbins & Coulter, 2016).

Kegiatan operasi dalam perusahaan untuk barang dan jasa seringkali sangat mirip. Misalnya, keduanya memiliki standar kualitas, dirancang dan diproduksi sesuai jadwal yang memenuhi permintaan pelanggan, dan dibuat di fasilitas tempat orang dipekerjakan. Namun, ada beberapa perbedaan utama antara barang dan jasa (Heizer, Render, & Munson, 2017). Diperjelas oleh Gupta dan Starr dalam buku berjudul *Production and Operations Management Systems* yaitu Perusahaan diciptakan untuk menyediakan barang dan jasa kepada publik. Barang merujuk pada barang yang diproduksi, dirakit, dan diproses. Barang adalah bukti fisik yang dapat diproduksi sebelum digunakan dan dapat diinventarisasi. Layanan, di sisi lain, tidak berwujud yang tidak dapat diinventarisasi. Layanan diberikan pada saat pelanggan membutuhkannya (Gupta & Starr, 2014).

Setiap perusahaan memiliki fungsi operasi karena setiap organisasi menciptakan beberapa jenis layanan dan atau produk (Slack, Brandon-Jones, & Johnston, 2013). Dengan demikian, untuk bersaing dengan organisasi lain, perusahaan harus mengubah sumber daya (bahan baku, tenaga kerja, uang, informasi) menjadi barang atau jasa seefisien mungkin. Manajer tingkat atas yang mengarahkan proses transformasi ini disebut manajer operasi (Skripak, 2016). Ditambahkan juga oleh Skripak bahwa selain itu, manajer operasi terlibat dalam perencanaan dan pengendalian sistem yang menghasilkan barang dan jasa. Dengan kata lain, manajer operasi mengelola proses yang mengubah *input* menjadi *output* (Skripak, 2016).

Membuat keputusan yang terlibat dalam upaya untuk mencapai tujuan ini adalah pekerjaan lain dari manajer operasi. Tanggung jawab mereka dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Rencana produksi.

Selama perencanaan produksi, manajer menentukan bagaimana barang akan diproduksi, di mana produksi akan berlangsung, dan bagaimana fasilitas manufaktur akan ditata.

2. Pengendalian produksi.

Setelah proses produksi berlangsung, manajer harus terus-menerus menjadwalkan dan memantau kegiatan yang membentuk proses itu. Mereka harus meminta dan menanggapi umpan balik dan membuat penyesuaian jika diperlukan. Pada tahap ini, mereka juga mengawasi pembelian bahan baku dan penanganan inventaris.

3. Kontrol kualitas.

Manajer operasi terlibat langsung dalam upaya untuk memastikan bahwa barang diproduksi sesuai dengan spesifikasi dan standar kualitas dipertahankan (Skripak, 2016).

Pada buku yang di buat oleh Heizer, Render, & Munson, mereka menjelaskan sepuluh keputusan manajemen operasi strategis yaitu:

1. Desain jasa dan barang:

Mendefinisikan yang diperlukan dari setiap operasi di setiap keputusan Operasi Manajemen lainnya. Sebagai contoh, melakukan desain produk terkadang menentukan batas biaya dan batas kualitas, serta sumber daya lainnya dan manusia yang dibutuhkan.

2. Mengelola kuantitas dan kualitas:

Menentukan harapan kualitas yang diinginkan pelanggan dan menetapkan kebijakan dan prosedur untuk menelaah dan mencapai kuantitas dan kualitas itu.

3. Strategi kapasitas dan proses:

Menentukan bagaimana suatu jasa atau barang diproduksi (yaitu, proses produksi) dan melakukan manajemen terhadap kualitas, investasi modal teknologi, dan sumber daya manusia tertentu yang menentukan banyak struktur anggaran biaya dasar perusahaan.

4. Strategi lokasi:

Diperlukan penilaian mengenai pendekatan dengan pemasok, pelanggan, dan bakat, sambil mempertimbangkan infrastruktur, logistik, biaya, dan pemerintah.

5. Strategi tata ruang:

Diperlukan penyatuan kebutuhan teknologi, tingkat personel, kapasitas, dan persyaratan inventaris untuk memastikan aliran manusia, bahan, dan informasi yang efektif dan efisien.

6. Desain pekerjaan dan Sumber daya manusia:

Menentukan rekrutmen, mempertahankan karyawan dengan bakat keterampilan yang diperlukan, memotivasi karyawan. Manusia adalah bagian yang paling mahal dari desain sistem kerja.

7. Manajemen rantai pasokan:

Memutuskan cara mengintegrasikan rantai pasokan ke dalam strategi perusahaan, termasuk keputusan yang menentukan apa yang akan dibeli, dari siapa, dan dalam kondisi apa.

8. Manajemen inventaris:

Mempertimbangkan pemesanan inventaris dan keputusan memegang dan bagaimana mengoptimalkannya ke dalam kemampuan pemasok, kepuasan pelanggan, dan jadwal produksi dipertimbangkan.

9. Penjadwalan:

Menentukan dan mengimplementasikan jadwal jangka menengah dan pendek yang secara efektif dan efisien memanfaatkan karyawan dan fasilitas sekaligus memenuhi permintaan pelanggan.

10. Pemeliharaan:

Membutuhkan keputusan yang mempertimbangkan permintaan produksi, kapasitas fasilitas, dan personel yang diperlukan untuk mempertahankan proses yang handal dan stabil (Heizer, Render, & Munson, 2017).

Heizer, Render, & Munson juga menambahkan bahwa desain pekerjaan menentukan tugas-tugas yang merupakan pekerjaan untuk seorang individu atau kelompok. Lima komponen desain pekerjaan (*Job Design*):

- 1) Spesialisasi sesuai dan tepat dalam pekerjaan.
- 2) Perluasan pekerjaan untuk masa yang akan datang.
- 3) Komponen psikologis karyawan.
- 4) Tim kerja mandiri.
- 5) Sistem insentif dan motivasi kerja (Heizer, Render, & Munson, 2017).

Desain pekerjaan sangat penting sebagai bagian variabel manajemen yang dijelaskan oleh ekonom abad ke-18 Adam Smith. Smith memberikan saran bahwa pembagian aktivitas kerja, disebut sebagai spesialisasi sesuai dengan tenaga kerja, yang akan sangat membantu dalam mengurangi beberapa biaya yang dihasilkan dengan adanya tenaga kerja. Berikut ini cara untuk dapat mencapai dengan cara seperti:

1. Melakukan pengembangan ketangkasan dan pembelajaran serta teknik aktivitas kerja yang lebih cepat oleh karyawan karena pengulangan teknik kerja.
2. Akan mengurangi waktu karena kecepatan karyawan yang meningkatkan dikarenakan tidak berganti pekerjaan atau alat.
3. Pengembangan alat khusus karena setiap karyawan atau tenaga kerja hanya memiliki beberapa alat yang dibutuhkan dan diperlukan untuk aktivitas kerja tertentu (Heizer, Render, & Munson, 2017).

2.3. Mobile Payment

Menurut Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, dan Muñoz-Leiva dalam jurnal internasional berjudul *Antecedents Of The Adoption Of The New Mobile Payment Systems* bahwa pembayaran seluler (*Mobile Payment*) mengacu pada aktivitas individu atau bisnis yang menggunakan perangkat elektronik berkemampuan internet seluler untuk melakukan transaksi ekonomi apa pun (Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, & Muñoz-Leiva, 2014). Diperkuat oleh pernyataan Chen dalam jurnal *Antecedents Of The Adoption Of The New Mobile Payment Systems* bahwa *Mobile Payment* mengacu pada melakukan pembayaran menggunakan perangkat seluler termasuk alat nirkabel (misalkan Ponsel dan perangkat Blackberry, Android, dan lainnya), *Personal Digital Assistants* (PDA), perangkat *Radio Frequency* (RF) dan perangkat berbasis *Near-Field Communication* (NFC) (Chen, 2008).

Memerlukan biaya tinggi mencetak uang tunai, risiko tinggi menggunakan uang tunai (seperti perampokan dan kejahatan terkait uang tunai lainnya), sirkulasi

uang di luar ekonomi formal, serta inefisiensi dan korupsi yang lebih mudah difasilitasi dengan uang tunai (Adeniyi, 2016). Dari jurnal Berry, Seiders, & Grewal dalam jurnal internasional *Understanding Service Convenience* bahwa melalui sudut pandang klien bank, elemen infrastruktur pembayaran tanpa uang tunai membutuhkan hal penting yaitu:

- Mesin kasir otomatis (ATM),
- Terminal EFTPOS pada titik penerimaan kartu pembayaran,
- Outlet bank,
- Jaringan akses internet,
- Jaringan seluler (Bolibok & Żukowski, 2015)

Karena permintaan untuk kenyamanan telah menjadi begitu kuat, pemasar harus mengembangkan pemahaman konsep yang lebih tepat dan lengkap. Kenyamanan adalah bagian integral dari pemasaran barang dan jasa dan perlu pemeriksaan lebih dalam melalui kedua kasus (Berry, Seiders, & Grewal, 2002). Brown, Venkatesh, & Goyal juga berpendapat dalam jurnal internasional *Expectation Confirmation in Technology Use* bahwa besarnya dan arah perbedaan antara harapan dan pengalaman dapat memiliki dampak yang berbeda pada hasil. Dengan demikian, penggunaan pemodelan linier membatasi kemampuan kita untuk membedakan pola-pola kompleks yang diteorikan (Brown, Venkatesh, & Goyal, 2011).

2.4. Behavior Intention (BI)

Motivasi hedonis adalah penentu penting dari *behavioral intention* dan ditemukan menjadi pendorong yang lebih penting daripada harapan kinerja dalam

konteks non-organisasi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Berdasarkan *Theory of Reasoned Actions* (TRA), niat untuk melakukan perilaku didorong oleh perilaku aktual. Niat perilaku atau disebut *Behavior Intention* didorong oleh sikap individu terhadap perilaku dan norma sosial. *Behavior Intention* memiliki indikator sebagai berikut:

1. Saya akan terus menggunakan *Mobile Payment* di masa depan.
2. Saya akan mencoba menggunakan *Mobile Payment* dalam kehidupan sehari-hari.
3. Saya memiliki rencana untuk terus menggunakan *Mobile Payment* sesering mungkin.

2.5. Social Influence (SI)

Mengukur sejauh mana pelanggan atau konsumen dipengaruhi orang sekitar yang penting untuk mereka (contoh teman dan keluarga terdekat) yang menaruh kepercayaan bahwa mereka harus menggunakan teknologi yang penting. Efek dari harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial pada niat perilaku semua dimoderatori oleh karakteristik individu (yaitu, kombinasi berbeda dari usia, jenis kelamin, dan pengalaman). Pengaruh sosial terhadap pengaruh niat perilaku dengan demikian terdiri dari empat arah pengaruh sosial \times gender \times usia \times pengalaman pada niat perilaku. (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Hipotesis variabel *Social Influence* yaitu:

H1. SI memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

Social Influence memiliki indikator:

1. Orang lain yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan *Mobile Payment*.
2. Orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan *Mobile Payment*.
3. Orang-orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan internet seluler.

2.6. Performance Expectancy (PE)

Didefinisikan sebagai sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012) sehingga memiliki banyak manfaat dan kegunaan untuk pengguna dan masyarakat. Sejauh mana calon pengguna mengharapkan pembayaran seluler untuk meningkatkan kinerjanya dalam transaksi (Chen, 2008). Hipotesis variabel *Performance Expectancy* yaitu:

H2. PE memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

Indikator dari variabel *Performance Expectancy* yaitu

1. *Mobile Payment* berguna dalam kehidupan sehari-hari saya.
2. Menggunakan *Mobile Payment* membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat.
3. Menggunakan *Mobile Payment* meningkatkan produktivitas saya.

2.7. Effort Expectancy (EE)

Tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen. UTAUT pertimbangan sumber daya yang ada yang hanya berfokus pada waktu dan upaya / *effort*. Dari perspektif ekspektasi upaya, dalam perusahaan,

karyawan menilai waktu dan upaya / *effort* sangat membentuk pandangan tentang upaya keseluruhan yang terkait dengan penerimaan dan penggunaan teknologi. (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Hipotesis variabel *Effort Expectancy* yaitu:

H3. EE memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

H5. EE memiliki pengaruh positif terhadap PE dalam *Mobile Payment*.

Effort Expectancy memiliki indikator sebagai berikut:

1. Mempelajari cara menggunakan *Mobile Payment* itu mudah bagi saya.
2. Interaksi dengan *Mobile Payment* sangat jelas dan dapat dimengerti.
3. Menurut saya, *Mobile Payment* mudah digunakan.
4. Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan *Mobile Payment*.

2.8. *Facilitating Conditions* (FC)

Melihat persepsi konsumen tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan sesuatu. Dengan usia dan jenis kelamin, pengalaman lebih lanjut dapat memoderasi hubungan antara memfasilitasi kondisi dan niat perilaku. Ini karena ketika konsumen belum mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka (yaitu, ketika mereka memiliki pengalaman yang kurang), dampak usia dan jenis kelamin pada pembelajaran konsumen akan lebih signifikan daripada ketika mereka telah memperoleh pengetahuan atau keahlian yang cukup tentang teknologi (yaitu, ketika mereka memiliki lebih banyak pengalaman). Ketergantungan pada kondisi fasilitasi lebih penting bagi wanita lebih tua pada tahap awal penggunaan teknologi karena, seperti yang dibahas sebelumnya, mereka

lebih menekankan pada pengurangan upaya pembelajaran yang diperlukan dalam menggunakan teknologi baru. Secara khusus, seorang konsumen yang memiliki akses ke serangkaian kondisi fasilitasi yang menguntungkan lebih cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan teknologi. Misalnya, jika kami mempertimbangkan internet seluler, konsumen memiliki berbagai tingkat akses terhadap informasi dan sumber daya lain yang memfasilitasi penggunaannya, seperti tutorial *online*. Secara umum, semua hal dianggap sama, konsumen dengan tingkat kemudahan yang lebih rendah akan memiliki niat yang lebih rendah untuk menggunakan internet seluler selain itu, konsumen dengan telepon yang berbeda mungkin mengalami tingkat transfer data yang berbeda dan akibatnya, memiliki tingkat niat yang berbeda untuk menggunakan Internet seluler. (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Hipotesis variabel *Facilitating Conditions* yaitu:

H4. FC memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

Facilitating Conditions memiliki indikator yaitu:

1. Saya memiliki sumber daya (mobile phone, internet, battery) yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile Payment*.
2. Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *Mobile Payment*.
3. *Mobile Payment* sangat kompatibel atau sesuai dengan teknologi yang saya gunakan.
4. Saya bisa meminta bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan menggunakan *Mobile Payment*.

2.9. *Perceived Transaction Convenience (PTC)*

Menunjukkan bahwa konsumen suka akan transaksi yang nyaman dan sederhana daripada berbagai pilihan transaksi yang kompleks. Oleh karena itu, solusi *Mobile Payment* terintegrasi mungkin menjadi kunci untuk konsumen dapat apatasi dengan sistem pembayaran seluler. Namun demikian, sebelum investasi yang cukup besar dapat dilakukan oleh teknologi pembayaran dan penyedia layanan, masalah terkait dengan adaptasi konsumen potensial dari metode pembayaran baru harus diatasi terlebih dahulu. Indeks modifikasi menyarankan agar jalur struktural dari kenyamanan transaksi hingga kompatibilitas ditambahkan untuk meningkatkan kesesuaian model. Karena sudah menjadi sifat untuk mengasumsikan bahwa kenyamanan metode pembayaran cenderung membuat metode pembayaran lebih kompatibel dengan cara konsumen suka berbelanja, jalan ditambahkan ke model. Kenyamanan transaksi juga ditemukan mempengaruhi kompatibilitas yang menunjukkan bahwa konsumen lebih suka solusi yang disederhanakan daripada berbagai pilihan transaksi yang kompleks. Salah satu bidang *m-commerce* yang menjanjikan yang menerima banyak perhatian secara global adalah *Mobile Payment*. Dengan lahirnya perdagangan elektronik, bentuk perdagangan digital membantu menggantikan atau menambah tempat fisik bisnis tradisional dengan lokasi virtual. Berbagai metode pembayaran *online digital*, seperti uang tunai digital dan *e-wallet*, muncul untuk membantu konsumen bertransaksi dengan nyaman dan percaya diri di pasar virtual. Diharapkan karena keuntungan utama *Mobile Payment* adalah kenyamanan memiliki satu perangkat pembayaran untuk menggantikan beberapa opsi pembayaran yang harus dibawa. (Chen, 2008). Hipotesis variabel *Perceived Transaction Convenience* yaitu:

H6. PTC memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

H7. PTC memiliki pengaruh positif terhadap PE dalam *Mobile Payment*.

H8. PTC memiliki pengaruh positif terhadap EE dalam *Mobile Payment*.

Perceived Transaction Convenience (PTC) memiliki indikator sebagai berikut:

1. Saya percaya bahwa menggunakan *Mobile Payment* akan sangat nyaman.
2. Saya percaya bahwa menggunakan *Mobile Payment* tidak akan merepotkan.
3. Dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional, saya percaya bahwa metode *Mobile Payment* lebih nyaman.

2.10. *Perceived Transaction Speed* (PTS)

Bahwa kecepatan transaksi yang cepat akan mendorong penggunaan *mobile banking*. Kecepatan penggunaan sebagai penentu paling penting dari adopsi layanan *multimedia mobile* agar berkembang di suatu negara (Teo, Tan, Ooi, Hew, & Yew, 2015). Menurut Chen, *Perceived Transaction Speed* (PTS) yaitu Sejauh mana calon pengguna menganggap bahwa pembayaran seluler meningkatkan kecepatan transaksi. Pembayaran seluler mengacu pada melakukan pembayaran menggunakan perangkat seluler termasuk alat nirkabel (misalkan ponsel pintar dan perangkat Blackberry), *Personal Digital Assistants* (PDA), perangkat *Radio Frequency* (RF) dan perangkat berbasis *Near-Field Communication* (NFC). Industri pembayaran berharap bahwa *Mobile Payment* akan memberikan

kenyamanan, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas yang diperlukan di pasar yang kompleks saat ini. Teknologi transmisi di balik pembayaran seluler tanpa kontak (*contactless*) termasuk teknologi *Radio Frequency* (RF) dan *Near-Field Communication* (NFC), di antaranya *Radio Frequency Identification* (RFID) semakin populer. Pembayaran seluler tanpa kontak umumnya digunakan untuk transaksi *point-of-sale*. Menyadari potensi luar biasa dari teknologi tanpa kontak termasuk meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya dan meningkatkan kecepatan dan kenyamanan transaksi, semakin banyak pembisnis yang berpartisipasi dalam pembayaran seluler tanpa kontak (*contactless*) dan berada pada berbagai tahap peluncuran skala besar (Chen, 2008). Hipotesis variabel *Perceived Transaction Speed* yaitu:

H9. PTS memiliki pengaruh positif terhadap BI dalam *Mobile Payment*.

H10. PTS memiliki pengaruh positif terhadap PE dalam *Mobile Payment*.

H11. PTS memiliki pengaruh positif terhadap EE dalam *Mobile Payment*.

Perceived Transaction Speed (PTS) memiliki indikator sebagai berikut:

1. Saya percaya bahwa menggunakan *Mobile Payment* akan meningkatkan kecepatan transaksi.
2. Saya percaya bahwa menggunakan *Mobile Payment* akan menghemat waktu yang saya miliki.
3. Dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional, saya percaya bahwa transaksi akan lebih cepat jika saya menggunakan *Mobile Payment*.

2.11. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Thn	Kesimpulan
1.	Aik-Chuan Teo, Garry Wei-Han Tan, Keng-Boon Ooi, Teck-Soon Hew, King-Tak Yew	<i>Industrial Management & Data Systems</i>	<i>The effects of convenience and speed in m-payment</i>	2015	<i>Perceived Transaction Speed</i> sangat mempengaruhi kemudahan dan intensi untuk menggunakan <i>cashless</i> .
2.	Piotr Bolibok & Marian Żukowski	<i>Journal of Economics and Management</i>	<i>The impact of inequalities in regional economic development on disparities in spatial distribution of cashless payment infrastructure in Poland</i>	2015	Beberapa tidak begitu menggunakan sistem <i>cashless</i> karena faktor jaringan, ATM, <i>Point of Sales</i> , operator dan lain lain sehingga menyulitkan pemerataan penggunaan <i>cashless</i> di seluruh daerah Polandia.

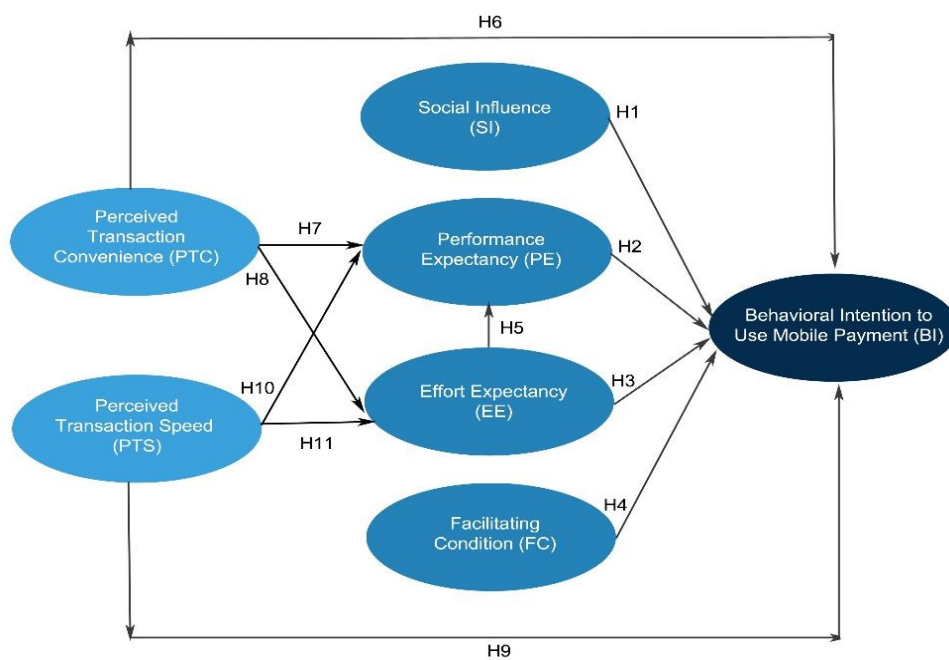
No.	Peneliti (lanjutan)	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Thn	Kesimpulan
3.	Oludayo Tade Oluwatosin Adeniyi	<i>Journal of Financial Crime</i>	<i>On the limits of trust: characterising automated teller machine fraudsters in southwest Nigeria</i>	2016	Kerentanan penipuan saat penggunaan ATM di Nigeria dapat dikurangi dengan cara penyuluhan dan pemberian informasi tentang keamanan dan pemakaian ATM yang baik dan benar.
4.	Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu	<i>Journal of Marketing</i>	<i>Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i>	2012	Penggunaan teknologi untuk pembayaran sangat membantu perusahaan. Namun faktor usia, lingkungan, pengalaman, dan jenis kelamin sangat mempengaruhi kemampuan seseorang untuk

					menggunakan teknologi pembayaran melalui seluler.
--	--	--	--	--	---

Sumber: Jurnal Utama dan Pendukung

2.12. Model Penelitian

Gambar 2.1. Model Penelitian



Sumber: Jurnal “*The effects of convenience and speed in m-payment*”, 2019