

Patria Annisa Dhawastu

NIM. 15/375486/EK/20187

Accounting Department, Universitas Gadjah Mada

patria.annisa.d@mail.ugm.ac.id

Thesis Supervisor: Sumiyana, Dr., M.Si., Ak., CA.

ABSTRACT

The QR Code mobile payment has showed its major success in China with more than \$12.8 trillion worth of transaction in 2017. Recently, one of Indonesia's most significant startup, Go-Jek, has established an online to offline (O2O) mobile payment with QR code basis through its Go-Pay. In January 2018, its trial on the QR code postponed due to a legal issue regarding Bank Indonesia permit on the payment system. Then, in March 2018, Go-Jek with its Go-Pay QR code payment system has successfully obtained a legal permit from Bank Indonesia to be finally utilised across the country. Go-Pay has become one of the most significant contributors in Indonesia's non-cash transaction in 2017 with more than 1.2 million transactions amounted Rp104.4 trillions or 30 per cent of the total non-cash transactions. These numbers identify the potential market for QR code payment in Indonesia.

Based on the idea above, it is essential to find out more comprehensively about the acceptance of QR (Quick Response) code technology for mobile payment in Indonesia, to identify factors which influence the users' acceptance directly, and to analyze the impact of personal influences on users' intention to use. After reading throughout previous researches, there are no specific studies regarding the QR code payment in Indonesia yet. However, this study is using the Mobile Payments Model (MPM) (Cabanillas et al., 2015) as the basis which only available for a global approach. Therefore, this study gives a contribution to Indonesian academia and the mobile payment industry.

Keywords: QR code mobile payment, technology adoption model, mobile payment adoption model, personal influences, user's adoption

Patria Annisa Dhawastu

NIM. 15/375486/EK/20187

Jurusan Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

patria.annisa.d@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing: Sumiyana, Dr., M.Si., Ak., CA.

INTISARI

Di Cina, pembayaran melalui gawai pintar menggunakan sistem *QR Code* telah menjamur di seluruh lapisan masyarakat. Transaksi menggunakan sistem pembayaran ini meraup lebih dari \$12.8 triliun pada tahun 2017. Saat ini, salah satu perusahaan *startup* terbesar di Indonesia, Gojek, telah mengikuti jejak kesuksesan sistem *QR Code* ini sebagai pembayaran dalam jaringan (*online*) terhadap luar jaringan (*offline*) pada gawai pintar. Pada bulan Januari 2018, masa percobaannya tertunda karena perizinan dari Bank Indonesia yang masih belum menahankan izin penggunaan sistem pembayaran tersebut. Kemudian, pada bulan Maret 2018, Go-jek secara resmi telah memperoleh izin Bank Indonesia untuk menerbitkan sistem pembayaran *QR Code* melalui fitur Go-Pay. Go-Pay menjadi salah satu kontributor transaksi terbesar menggunakan non-kas (*non-cash*). Pada tahun 2017, Go-Pay berkontribusi lebih dari Rp 104.4 triliun atau 30 persen dari total transaksi non-kas. Angka ini merupakan gambaran potensi pasar sistem pembayaran *QR Code* di Indonesia yang begitu besar.

Berdasarkan ide tersebut, penulis merasa bahwa penting untuk mengetahui secara komprehensif faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan sistem pembayaran berbasis *QR Code* di Indonesia, menguji, serta menganalisis pengaruh-pengaruh personal dalam intensi seorang pelanggan menggunakan sistem pembayaran *QR Code* di masa yang akan datang. Setelah melakukan banyak penelusuran, di Indonesia belum ada penelitian yang secara spesifik membahas topik faktor pengaruh dalam adopsi sistem pembayaran gawai pintar *QR Code*. Penelitian ini menguji permodelan yang dikembangkan oleh Cabanillas et., al tahun 2015 berjudul *Mobile Payments Model (MPM)* yang masih diterapkan secara global. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi kepada akademisi Indonesia dan industri pembayaran gawai pintar.

Keywords: Teknologi QR code, pembayaran gawai pintar, pengaruh personal, model pengadopsian teknologi, sistem pembayaran, transaksi non-kas, Gojek