

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muliarta (2022) meneliti tentang pengaruh return, risk, dan kemudahan investasi terhadap minat investasi kripto pada mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2018. Hasil dari penelitian menunjukkan dimana variabel return dan kemudahan dalam investasi dapat berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap minat dalam investasi kripto, akan tetapi variabel risk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian kali ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui kuisisioner. Instrumen penelitian akan diuji validitas dan reliabilitasnya, dan kemudian model akan diuji dengan analisis regresi linear berganda. Temuan kali ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap literatur terkait perilaku investor muda, khususnya dalam konteks aset digital seperti cryptocurrency.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh **Widodo dan Putri (2017)** mengkaji bagaimana *persepsi kegunaan (perceived usefulness)* dan *persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use)* dapat mempengaruhi sikap penggunaan pada pengguna Instagram, khususnya para pengikut akun resmi dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, yaitu @indtravel. Penelitian ini menggunakan kerangka **Technology Acceptance Model (TAM)** yang dikembangkan oleh Davis (1986), yang menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan teknologi. Artinya, semakin pengguna menilai Instagram @indtravel sebagai platform yang berguna dan mudah digunakan, maka semakin positif sikap mereka dalam menggunakan teknologi tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramudiharso (2022) bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi dalam bentuk mata uang kripto. Secara khusus, penelitian ini mengevaluasi sejauh mana pengaruh dari return investasi, risiko investasi, persepsi manfaat, pengetahuan dalam investasi, risiko keamanan, dan *bandwagon effect* terhadap keputusan yang diambil oleh mahasiswa untuk berinvestasi pada aset kripto. Dengan mengkaji hubungan antara variabelvariabel

tersebut, penelitian kali ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang motivasi dan pertimbangan bagi mahasiswa untuk memilih instrument investasi kripto sebagai alternatif berinvestasi di era digital.

Adhinugraha (2023) dalam penelitiannya menelaah minat masyarakat Indonesia terhadap penggunaan *cryptocurrency* sebagai alat pembayaran, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan model *UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)*. Hasilnya menunjukkan bahwa regulasi yang belum siap serta kurangnya literasi digital menjadi faktor utama penghambat adopsi *cryptocurrency*, meskipun terdapat potensi signifikan terutama di daerah yang infrastrukturnya sudah memadai.

2.2 KAJIAN TEORI

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan Fred D. Davis pada tahun 1989 merupakan salah satu model teori yang banyak berpengaruh dan juga banyak digunakan dalam menjelaskan dan memprediksikan penerimaan serta penggunaan teknologi baru oleh pengguna. TAM sendiri berfokus pada beberapa faktor psikologis yang mendorong individu untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi.

Davis sendiri mengembangkan TAM sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* (Fishbein & Ajzen, 1975) yang dirancang khusus untuk konteks penerimaan suatu teknologi. Tujuannya adalah memberikan kerangka kerja yang parsimonius (sederhana namun kuat) untuk memahami mengapa pengguna memutuskan untuk mengadopsi ataupun menolak suatu sistem teknologi. Terdapat 5 konstruk pada *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu; persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, niat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan sistem actual (Davis, 1989).

Dalam konteks crypto irdrop di Telegram. Suatu dimensi teknologi informasi dengan menggunakan pendekatan TAM adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan minat penggunaan.

a) **Persepsi Kegunaan** (*Perceived Usefulness - PU*)

- Definisi; Menurut Davis (1989), *Perceived Usefulness (PU)* adalah tingkat sejauh mana seseorang dapat percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya dalam pekerjaan.
- Indikator;
 - Mempercepat pekerjaan
Indikator mengukur persepsi kecepatan yang diberikan teknologi terhadap aktivitas pengguna dalam konteks pekerjaannya
 - Meningkatkan produktivitas
Indikator ini mengukur seberapa jauh pengguna percaya bahwasanya sistem/teknologi yang digunakan dapat menambah/meningkatkan kinerjanya dalam bekerja
 - Meningkatkan performa
Indikator ini mengukur sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwasanya penggunaan suatu sistem dapat menambah performa di setiap pekerjaannya.
 - Meningkatkan efektivitas
Indikator ini mengukur keyakinan pengguna bahwasanya teknologi ataupun sistem yang digunakan dapat membuat pekerjaan lebih efektif dibanding jika tidak menggunakan sistem tersebut

b) **Persepsi Kemudahan Penggunaan** (*Perceived Ease of Use - PEOU*)

- Definisi; Menurut Davis (1989), *Perceived Ease of Use* adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwasanya dalam menggunakan suatu sistem tertentu akan meringankan dari usaha yang dilakukan.
- Indikator;
 - Ease of Learning
Indikator satu ini menggambarkan seberapa jauh sistem atau teknologi bisa dipelajari secara mudah oleh pengguna, termasuk bagaimana

cepatnya seseorang memahami cara kerja sistem, navigasi, serta fitur-fitur yang ada tanpa memerlukan banyak waktu atau usaha tambahan

○ Ease of Understanding

Indikator ini mengacu pada sejauh mana sistem atau teknologi mudah dipahami oleh pengguna, baik dari sisi tampilan, instruksi, maupun navigasinya, sehingga tidak memerlukan usaha berlebih untuk dipelajari

○ Ease of control

Indikator ini menggambarkan seberapa jauh pengguna merasa mampu mengendalikan interaksi mereka dengan sistem tanpa mengalami kebingungan, kesulitan teknis, atau hambatan berarti

○ Flexibility

Indikator ini memberitahu seberapa jauh sistem atau teknologi bisa digunakan kapan saja dan dimana saja sesuai dengan kebutuhan pengguna, tanpa adanya batasan yang menyulitkan

○ Overall Ease of Use

Indikator ini menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwasanya secara keseluruhan sistem mudah untuk digunakan, tidak menuntut banyaknya usaha yang dilakukan, serta tidak membingungkan

c) **Sikap Terhadap Penggunaan** (*Attitude Toward Using – ATU*)

- Definisi: Suatu perasaan positif atau negatif seseorang dalam melakukan perilaku penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989).

- Indikator: ○ Penilaian terhadap manfaat

(manfaat dari penggunaan teknologi) ○

Perasaan positif saat menggunakan

(respon pengguna dalam penggunaan teknologi) ○

Keinginan untuk terus menggunakan

(penggunaan teknologi yang berkelanjutan) ○

Ketertarikan berkelanjutan

(tertarik untuk terus menggunakan teknologi)

d) **Minat Penggunaan** (*Behavioral Intention – BI*)

- Definisi: Ukuran seberapa jauh seseorang mempunyai rencana atau niat yang terbentuk untuk melakukan perilaku menggunakan teknologi tersebut di masa depan (Davis, 1989).
- Indikator: ○ Frekuensi partisipasi

Seberapa sering seseorang individu menggunakan atau berinteraksi dengan sistem atau teknologi dalam periode tertentu, yang mencerminkan tingkat actual dari penerimaan dan adopsi teknologi

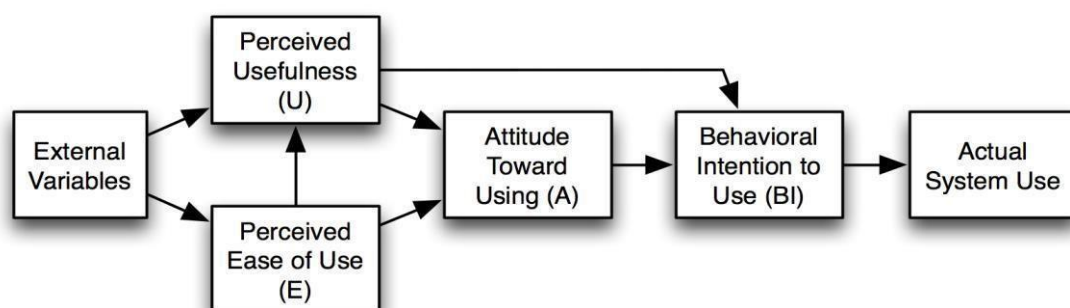
- Niat merekomendasikan

Merupakan turunan dari Behavioral Intention to use yang dijelaskan oleh Davis (1989), yang pada dasarnya mencerminkan seberapa kuat keinginan seseorang untuk menggunakan dan mendorong adopsi teknologi

- Kesiapan memantau proyek baru

Tingkat keyakinan individu bahwasanya sistem atau teknologi baru bisa dengan mudah diawasi dan dikendalikan selama implementasi proyek, sehingga meminimalisir risiko dan meningkatkan efektivitas penggunaannya

Gambar1: *Tchnology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989)



2. Teori Persepsi Risiko

Teori Persepsi Risiko yang dikembangkan oleh Pavlou (2003) menjelaskan tentang ketidakpastian tinggi dalam lingkungan online (karena anonimitas relative, kurangnya kontak fisik, dan potensi pelanggaran keamanan) menyebabkan konsumen membentuk persepsi risiko yang berbeda-beda. Persepsi risiko ini menjadi penghalang utama bagi adopsi e-commerce dan pembentukan kepercayaan. Tingginya persepsi risiko akan menurunkan kepercayaan dan niat untuk bertransaksi, sebaliknya, rendahnya persepsi risiko akan meningkatkan keduanya.

Indikator Pengukuran; a) Risiko Keuangan (*Financial Risk*)

- Definisi; potensi kerugian uang dalam transaksi online. Ini termasuk ketakutan akan penipuan, pembayaran yang tidak sah, atau tidak menerima barang yang di bayar (Pavlou, 2003)
- Indikator; ○ Kemungkinan kehilangan uang secara financial ○ Kerugian finansial yang tidak diharapkan ○ Pembebanan biaya yang tidak sah

b) Risiko Produk (*Product Risk*)

- Definisi; produk atau layanan yang diterima mungkin tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, kurang berfungsi dengan baik, ataupun berbeda dari yang dideskripsikan secara online (Pavlou, 2003).
- Indikator; ○ Produk yang diterima mungkin tidak berfungsi sebagaimana mestinya ○ Produk yang tidak sesuai harapan ○ Deskripsi produk yang mungkin tidak akurat

c) Risiko Privasi (*Privasi Risk*)

- Definisi; Informasi pribadi yang dikumpulkan oleh penjual online (seperti nama, alamat, kebiasaan belanja) mungkin disalahgunakan atau dijual kepada pihak ketiga tanpa izin (Pavlou, 2003).
- Indikator; ○ Penyalahgunaan informasi pribadi untuk tujuan yang tidak diketahui ○ Menjual atau membagikan informasi pribadi ke pihak ketiga

d) **Risiko Waktu** (*Time loss Risk*)

- Definisi: potensi pemborosan waktu akibat masalah seperti kesulitan navigasi situs, kesalahan pemesanan, pengiriman yang tertunda, atau proses pengembalian yang rumit (Pavlou, 2003).
- Indikator:
 - Memakan banyak waktu jika terjadi kesalahan
 - Penundaan yang signifikan dalam menerima produk yang dipesan

3. Kajian Teori Pendukung I. Grand theory: Theory of Reasoned Action (TRA) Teori

dasar yang menjadi landasan utama pada penelitian kali ini adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh *Fishbein dan Ajzen (1975)*. TRA menjelaskan bahwa perilaku individu muncul melalui proses yang rasional, di mana seseorang akan melakukan suatu tindakan apabila memiliki **niat (intention)** yang kuat untuk melakukannya. Niat perilaku ini dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu **sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*)** dan **norma subjektif (*subjective norm*)**.

Dalam konteks adopsi teknologi, TRA menjelaskan bahwa pengguna akan memutuskan untuk menggunakan suatu sistem apabila mereka memiliki keyakinan bahwa sistem tersebut memberikan manfaat (berpengaruh terhadap kinerja) dan mudah digunakan. Model ini kemudian menjadi dasar pengembangan **Technology Acceptance Model (TAM)** oleh *Davis (1989)*, yang secara khusus diterapkan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Dengan demikian, **TRA berperan sebagai *grand theory*** yang memberikan kerangka konseptual mendasar bagi penelitian ini, di mana sikap dan niat pengguna terhadap penggunaan *crypto airdrop* di Telegram merupakan hasil dari proses penilaian rasional terhadap manfaat, kemudahan, dan risiko yang mereka persepsikan.

II. Signaling Theory (Teori Sinyal)

Selain itu, penelitian ini juga dapat diperkaya dengan adanya **Teori Sinyal** (*Signaling Theory*) yang diperkenalkan oleh *Spence (1973)*. Teori satu ini menjelaskan bahwa dalam situasi di mana terdapat **asimetri informasi** antara dua pihak, pihak yang mempunyai informasi lebih banyak dapat memberikan **sinyal** kepada pihak yang lainnya untuk meminimalisir ketidakpastian.

Dalam konteks *crypto airdrop*, pihak pengembang proyek kripto (issuer) sering kali memberikan sinyal positif kepada calon peserta, misalnya melalui transparansi proyek, kejelasan *whitepaper*, atau reputasi tim pengembang di media sosial seperti Telegram. Sinyal ini berfungsi untuk membangun kepercayaan dan mengurangi persepsi risiko calon pengguna. Sebaliknya, sinyal negatif seperti kurangnya informasi atau komunikasi yang ambigu dapat meningkatkan persepsi risiko dan menurunkan minat pengguna.

Dengan demikian, teori sinyal memberikan kontribusi tambahan dalam menjelaskan bagaimana pengguna membentuk persepsi terhadap risiko dan kegunaan *crypto airdrop*, serta bagaimana komunikasi proyek memengaruhi niat partisipasi mereka.

4. Integrasi Teori dalam Penelitian

Secara konseptual, penelitian ini mengintegrasikan keempat teori tersebut dalam satu kerangka utuh. **TRA** berperan sebagai landasan konseptual (*grand theory*) yang menjelaskan hubungan antara sikap, niat, dan perilaku; **TAM** berfungsi sebagai model utama untuk mengukur penerimaan teknologi; **Teori Persepsi Risiko** menambahkan faktor eksternal berupa ketidakpastian dan kepercayaan dalam konteks digital; sementara **Teori Sinyal** memperkaya pemahaman mengenai bagaimana pengguna menilai risiko dan manfaat berdasarkan sinyal informasi yang diterima dari proyek kripto.

Kombinasi teori ini memberikan dasar ilmiah yang kuat dalam menganalisis **pengaruh risiko, persepsi kegunaan, dan kemudahan penggunaan terhadap partisipasi *crypto airdrop* di Telegram, dengan sikap penggunaan dimana** sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antar konstruk.

Berdasarkan kajian teori di atas, bisa disimpulkan bahwasanya penelitian ini dibangun atas dasar integrasi dari beberapa teori, di mana *Theory of Reasoned Action (TRA)* menjadi dasar konseptual utama, *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai model inti, serta *Teori Persepsi Risiko* dan *Teori Sinyal* sebagai perluasan kontekstual dalam menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi berbasis blockchain, khususnya dalam fenomena *crypto airdrop* di Telegram.

2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) pada dasarnya memfokuskan pada dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness (PU)* dan *perceived ease of use (PEOU)* dalam mempengaruhi sikap dan juga niat individu untuk menggunakan teknologi. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi digital yang semakin lama semakin maju, model TAM dinilai belum cukup komprehensif karena tidak mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku adopsi. Salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam konteks teknologi berbasis internet adalah **risiko**.

Penelitian oleh Pavlou (2003) menegaskan bahwa persepsi risiko merupakan hambatan utama adopsi teknologi berbasis online. Dalam aktivitas digital seperti *crypto airdrop*, risiko berupa kehilangan aset, penipuan (scam), kebocoran data pribadi, serta ketidakpastian nilai token menjadi variabel krusial yang memengaruhi sikap pengguna. Hal ini menunjukkan bahwasanya meskipun manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi pendorong, risiko tetap dapat menurunkan minat partisipasi. Oleh karena itu, perluasan TAM dengan memasukkan faktor risiko menjadi relevan, sebagaimana dilakukan oleh beberapa studi lanjutan (Venkatesh & Davis, 2000; Chen & Bellavitis, 2020).

Dalam penelitian sebelumnya juga memperkuat asumsi ini. Muliarta (2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap minat dalam berinvestasi kripto, sementara risiko tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, Pramudiharso (2022) menemukan bahwa risiko keamanan menjadi faktor signifikan yang memengaruhi minat mahasiswa berinvestasi pada kripto. Widodo dan Putri (2017) juga menunjukkan bahwasanya persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan secara positif dapat memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi,

Dengan demikian, dalam konteks penelitian kali ini, **TAM diperluas** dengan menambahkan konstruk persepsi risiko (*perceived risk*), sehingga hipotesis yang dibangun tidak hanya menjelaskan pengaruh manfaat dan kemudahan, tetapi juga menimbang faktor risiko sebagai penghambat potensial adopsi teknologi., maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. **H1**: Persepsi risiko terhadap sikap penggunaan



•

Menurut teori persepsi risiko yang dijelaskan oleh Pavlou (2003), risiko dalam konteks digital dapat menurunkan kepercayaan dan mempengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi. Dalam kerangka TAM, faktor eksternal seperti risiko dapat mempengaruhi keyakinan kognitif yang pada akhirnya membentuk sikap (Davis, 1989). Maka secara teoritis, semakin tinggi persepsi risiko, semakin negatif sikap yang dibentuk terhadap penggunaan Telegram untuk *crypto airdrop*.

- Penelitian Pramudiharso (2022) menunjukkan bahwasanya risiko keamanan berpengaruh negative terhadap minat investasi kripto, sehingga risiko dipandang sebagai hambatan psikologis. Namun, temuan Muliarta (2022) berbeda, dimana risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi kripto. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh risiko sangat bergantung pada konteks dan karakteristik setiap pengguna.
- Semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan pengguna, semakin rendah sikap positif mereka terhadap penggunaan Telegram dal aktivitas *crypto airdrop*.

2. **H2:** Persepsi risiko terhadap sikap penggunaan terhadap minat penggunaan

- Dalam integrasi TAM-Risk Model, risiko dapat menurunkan sikap yang kemudian menurunkan minat (Pavlou, 2003). Sikap merupakan mediator penting yang menjembatani keyakinan dan niat dalam TRA (Fishbein & Ajzen, 1975). Secara teoritis, risiko yang tinggi harusnya menurunkan minat melalui sikap yang lebih negative.
- Beberapa studi menunjukkan bahwa risiko dapat mempengaruhi minat secara tidak langsung melalui sikap (Pavlou, 2003; Pramudiharso, 2022). Namun, penelitian lain seperti Muliarta (2022) tidak menemukan pengaruh signifikan, sehingga hubungan ini tidak bersifat universal.
- Persepsi risiko berpotensi menurunkan minat pengguna secara tidak langsung melalui pelemahan sikap pengguna.

3. **H3:** Persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan

-
-

Dalam TAM (Davis, 1989), persepsi kegunaan merupakan predictor utama dalam pembentukan sikap. Ketika pengguna merasa teknologi meningkatkan efektivitas, produktivitas, dan kinerja, maka sikap positif akan terbentuk.

Widodo dan Putri (2017) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan secara signifikan mempengaruhi sikap pengguna media sosial. Temuan dari Adhinugraha (2023) juga menunjukkan bahwa manfaat kripto menjadi faktor pendorong utama minat dan sikap positif terhadap teknologi.

- Semakin tinggi persepsi kegunaan Telegram untuk mengikuti airdrop, semakin positif sikap pengguna dalam memanfaatkannya.

4. **H4:** Persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan terhadap minat penggunaan

- Dalam TAM, sikap adalah mediator yang menghubungkan kegunaan dengan minat (Davis, 1989). Pengguna cenderung berminat menggunakan suatu teknologi jika mereka menganggap teknologi tersebut bermanfaat dan membentuk sikap yang positif (Venkatesh & Davis, 2000).
- Penelitian Widodo & Putri (2017) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berdampak tidak langsung pada minat melalui sikap. Selain itu, penelitian Adhinugraha (2023) memperkuat bahwasanya manfaat nyata kripto mempengaruhi sikap dan kemudian minat penggunaan.
- Persepsi kegunaan secara tidak langsung meningkatkan minat pengguna Telegram melalui penguatan sikap pengguna.

5. **H5:** Persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan

- Davis (1989) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan persepsi kegunaan. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin besar efisiensi dan manfaat yang dirasakan pengguna.
- Penelitian teknologi digital seperti TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000) membuktikan bahwasanya *ease of use* sering menjadi predictor awal terbentuknya

-
-

perceived usefulness. Muliarta (2022) juga menemukan bahwasanya kemudahan dapat meningkatkan persepsi manfaat dalam konteks investasi kripto.

Kemudahan penggunaan Telegram akan semakin memperkuat persepsi pengguna bahwasanya aplikasi tersebut bermanfaat untuk aktivitas *crypto airdrop*.

6. **H6:** Persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan

- Dalam TAM, *perceived ease of use* berkontribusi pada pembentukan sikap positif (Davis, 1989). Teknologi yang mudah dipahami menciptakan pengalaman penggunaan yang menyenangkan dan membentuk sikap positif.

Widodo & Putri (2017) menemukan bahwasanya kemudahan penggunaan platform digital berpengaruh signifikan terhadap sikap positif. Hal ini serupa ditemukan dalam banyak riset adopsi teknologi

- Persepsi kemudahan dalam menggunakan Telegram berpotensi membentuk sikap positif dari para pengguna dalam mengikuti aktivitas airdrop.

7. **H7:** Persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan terhadap minat penggunaan

- Secara model, *ease of use attitude intention* adalah jalur standar dalam TAM (Davis, 1989). Secara teoritis, kemudahan mendorong sikap positif yang kemudian mempengaruhi minat.
- Penelitian TAM klasik dan modern (Venkatesh & Davis, 2000) menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung dari kemudahan melalui sikap.
- Persepsi kemudahan berpotensi meningkatkan minat penggunaan Telegram secara tidak langsung melalui pembentukan sikap positif.

8. **H8:** Persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan

- Model TAM2 menjelaskan bahwasanya kemudahan dapat mengalir ke sikap melalui jalur peningkatan kegunaan (Venkatesh & Davis, 2000). Ketika teknologi mudah digunakan, pengguna akan merasa teknologi tersebut semakin bermanfaat, yang kemudian membentuk sikap positif

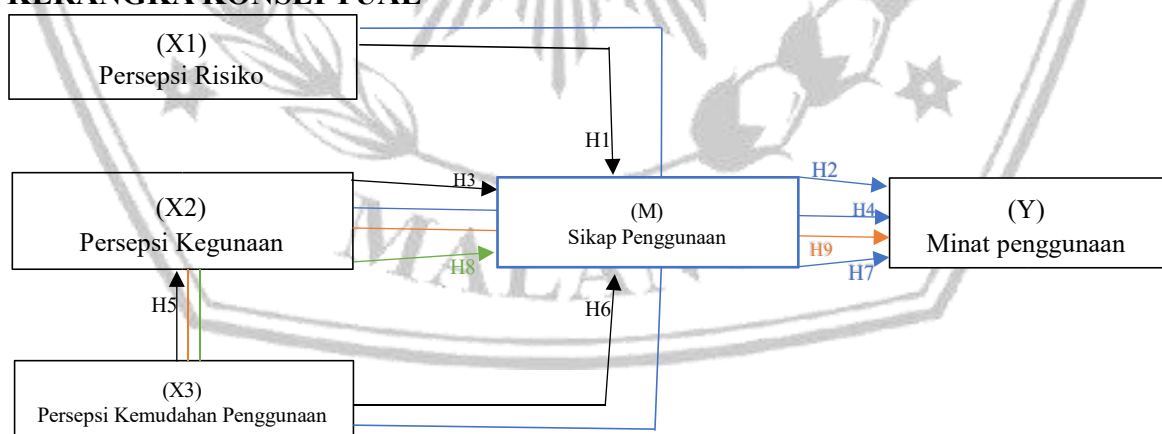
-
-
- Widodo & Putri (2017) serta riset-riset TAM lain juga menemukan hubungan tidak langsung ini, terutama dalam konteks platform digital.
Kemudahan penggunaan Telegram dapat meningkatkan persepsi kegunaan yang pada akhirnya menghasilkan sikap penggunaan yang lebih positif.

9. **H9:** Persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan terhadap minat penggunaan

- Secara integrative, kemudahan dapat meningkatkan kegunaan, membentuk sikap positif, dan akhirnya meningkatkan minat (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000). Ini merupakan jalur terpanjang dalam TAM.
- Riset teknologi digital menunjukkan bahwa jalur multi-step ini sering signifikan ketika pengguna pemula menggunakan teknologi baru. Namun pada pengguna yang sudah mahir, jalur ini bisa melemah.

Kemudahan penggunaan Telegram berpotensi meningkatkan minat pengguna melalui peningkatan persepsi kegunaan dan pembentukan sikap positif.

2.4 KERANGKA KONSEPTUAL



10. **H1:** Persepsi Risiko(X1) → Sikap Penggunaan(M)

11. **H2:** Persepsi Risiko(X1) → Sikap Penggunaan(M) → Minat Penggunaan(Y)

12. **H3:** Persepsi Kegunaan(X2) → Sikap Penggunaan(M)

-
-

13. **H4**: Persepsi Kegunaan(X2) → Sikap Penggunaan(M) → Minat Penggunaan(Y)

14. **H5**: Persepsi Kemudahan(X3) → Persepsi Kegunaan(X2)

15. **H6**: Persepsi Kemudahan(X3) → Sikap Penggunaan(M)

16. **H7**: Persepsi Kemudahan(X3) → Sikap Penggunaan(M) → Minat Penggunaan(Y)



-
- 17. **H8**: Persepsi Kemudahan(X3) → Persepsi Kegunaan(X2) → Sikap Penggunaan(M)
- 18. **H9**: Persepsi Kemudahan(X3) → Persepsi Kegunaan(X2) → Sikap Penggunaan(M) →
Minat Penggunaan(Y)

Kerangka konseptual dalam penelitian kali ini dirancang untuk menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti, yang terdiri dari: persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, dan minat penggunaan terhadap crypto airdrop di platform Telegram.

Model ini merupakan adaptasi dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dikembangkan oleh Davis (1989), yang dimana menjelaskan bahwasanya minat setiap individu dalam penggunaan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan



Mukti Dimasyqi
Akuntansi

penggunaan). Model ini kemudian diperluas dengan menambahkan konstruk persepsi risiko, yang mengacu pada teori dari Pavlou (2003), serta sikap terhadap penggunaan sebagai variabel mediasi, sebagaimana diperkuat dalam pengembangan TAM oleh Venkatesh dan Davis (2000).

Berdasarkan penelitian terdahulu, hubungan antar variabel bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi Risiko (X1)

Menurut Pavlou (2003), tingginya persepsi risiko akan menurunkan niat penggunaan teknologi. Penelitian Pramudiharso (2022) juga menemukan bahwa risiko keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi pada aset kripto. Artinya, semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, maka semakin rendah kecenderungan pengguna untuk berpartisipasi dalam crypto airdrop.

2. Persepsi Kegunaan (X2)

Davis (1989) dalam penelitiannya menegaskan bahwasanya keyakinan terhadap manfaat teknologi dapat meningkatkan niat penggunaan. Hal ini diperkuat penelitian Widodo dan Putri (2017), yang menemukan bahwasanya persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan Instagram. Dalam konteks airdrop, pengguna yang melihat manfaat nyata dari Telegram (misalnya efisiensi informasi dan potensi keuntungan) cenderung memiliki minat tinggi untuk berpartisipasi.

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)

Davis (1989) juga menjelaskan bahwasanya semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi minat adopsinya. Hasil penelitian Muliarta (2022) menunjukkan bahwasanya kemudahan dalam investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi kripto. Dengan demikian, kemudahan navigasi dan interaksi di Telegram dapat mendorong pengguna untuk terlibat dalam airdrop.

4. Sikap Terhadap Penggunaan (M)

Variabel ini menjadi mediasi penting antara persepsi risiko, kegunaan, dan kemudahan terhadap minat penggunaan. Venkatesh & Davis (2000) menegaskan bahwa sikap positif muncul jika pengguna menilai teknologi dapat bermanfaat dan mudah dalam penggunaannya, sehingga bisa meningkatkan niat untuk terus menggunakannya.

Mukti Dimasyqi
Akuntansi

5. Minat Penggunaan (Y)

Pada akhirnya, sikap positif dan persepsi kegunaan akan meningkatkan minat pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Adhinugraha (2023) yang menemukan bahwasanya adopsi kripto sebagai alat pembayaran dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kesiapan regulasi.

Dengan demikian, hubungan kerangka konseptual penelitian kali ini menegaskan bahwasanya persepsi risiko, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan, yang kemudian mempengaruhi minat dalam berpartisipasi *crypto airdrop* di Telegram.

