E-ISSN : 3025-1311
https://journal.cib.institute/index.php/kohesi

Kohesi: Jurnal Multidisiplin Saintek
Volume 11 No 6 Tahun 2026

PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM PENERIMAAN SISTEM PEMESANAN DIGITAL PADA USAHA KULINER: SEBUAH STUDI LITERATUR

Muhammad Reyhan Dwi Andika[1], Dinda Syaqilla[2], Sakti Adiguna Pratama[3], Hery Afriyadi[4]

[1 2 3 4] Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Email: [1]dikarayhan582@gmail.com, [2]dindasyaqilla17@gmail.com, [3]sakti20jb@gmail.com,
[4]hery.afriyadi@uinjambi.ac.id

Abstrak

Digitalisasi layanan kuliner mendorong restoran dan kafe beralih ke sistem pemesanan digital seperti QR menu, kios layanan mandiri, dan aplikasi pesan-antar. Penelitian ini bertujuan memetakan penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam menjelaskan penerimaan konsumen terhadap sistem pemesanan digital pada usaha kuliner. Metode yang digunakan adalah studi literatur terhadap 10 artikel jurnal terbitan 2022–2026 yang diperoleh melalui Google Scholar dan portal jurnal. Hasil kajian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (perceived usefulness) merupakan faktor yang paling konsisten berpengaruh terhadap niat dan kepuasan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) berpengaruh kuat terhadap persepsi kegunaan, tetapi pengaruh langsungnya terhadap niat penggunaan tidak selalu signifikan, terutama pada responden usia muda yang sudah terbiasa dengan teknologi. Faktor kontekstual seperti kondisi pendukung, kebersihan, dan kestabilan jaringan juga ikut menentukan penerimaan. Pelaku usaha kuliner disarankan menonjolkan manfaat nyata sistem, seperti kecepatan dan ketepatan pesanan, serta menyediakan panduan dan alternatif pemesanan manual.

Kata kunci: Technology Acceptance Model, QR menu, sistem pemesanan digital, usaha kuliner, studi literatur

Abstract

Digitalization in the culinary sector has led restaurants and cafes to adopt digital ordering systems such as QR menus, self-service kiosks, and food delivery apps. This study maps how the Technology Acceptance Model (TAM) has been applied to explain consumer acceptance of digital ordering systems in culinary businesses. A literature review was conducted on 10 journal articles published between 2022 and 2026. The review finds that perceived usefulness is the most consistent predictor of intention and satisfaction. Perceived ease of use strongly shapes perceived usefulness, but its direct effect on intention is not always significant, particularly among young, tech-savvy respondents. Contextual factors such as facilitating conditions, hygiene, and network stability also influence acceptance. Culinary businesses are advised to highlight tangible benefits such as speed and order accuracy, while providing guidance and a manual ordering alternative.

Keywords: Technology Acceptance Model, QR menu, digital ordering system, culinary business, literature review

Article History

Received: November 2026

Reviewed:November 2026

Published: November 2026

Plagiarism Checker No 237.u873247.fh8374

Copyright : Author

Publish by : Kohesi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara usaha kuliner melayani konsumen. Sejak pandemi Covid-19, banyak restoran dan kafe mengganti buku menu fisik dengan QR menu yang dipindai melalui ponsel, sehingga konsumen dapat melihat menu, memesan, dan membayar tanpa menunggu pelayan. Selain QR menu, bentuk pemesanan digital lain yang berkembang adalah kios layanan mandiri (self-service kiosk) dan aplikasi pesan-antar makanan.

Penerapan sistem tersebut tidak selalu berjalan mulus. Sebagian konsumen merasa terbantu karena pemesanan lebih cepat, tetapi sebagian lain kesulitan menggunakan sistem, terkendala jaringan internet, atau tetap harus menunggu lama (Miranti dkk., 2025; Lutfhiah dkk., 2026). Karena itu, pelaku usaha perlu memahami faktor apa saja yang membuat konsumen mau menerima dan terus menggunakan sistem pemesanan digital.

Salah satu model yang paling banyak dipakai untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model ini sudah diterapkan pada berbagai sistem pemesanan di sektor kuliner, baik di Indonesia maupun di luar negeri, dengan hasil yang tidak selalu seragam. Penelitian ini bertujuan merangkum hasil-hasil penelitian tersebut melalui studi literatur untuk menjawab dua pertanyaan: (1) variabel TAM mana yang paling konsisten berpengaruh terhadap penerimaan sistem pemesanan digital pada usaha kuliner, dan (2) faktor tambahan apa yang perlu diperhatikan pelaku usaha dalam menerapkannya.

2. Landasan Teori

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

TAM menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi ditentukan oleh dua persepsi utama (Davis, 1989). Kedua persepsi itu membentuk sikap, lalu sikap membentuk niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Konstruk utama TAM adalah:

- **Perceived Usefulness (PU)** atau persepsi kegunaan: keyakinan bahwa sistem akan membantu pengguna mencapai tujuannya dengan lebih baik, misalnya memesan lebih cepat.
- **Perceived Ease of Use (PEOU)** atau persepsi kemudahan penggunaan: keyakinan bahwa sistem dapat digunakan tanpa usaha yang besar.
- **Attitude Toward Using (ATU)** atau sikap terhadap penggunaan: rasa suka atau nyaman pengguna terhadap sistem.
- **Behavioral Intention (BI)** atau niat perilaku: keinginan untuk menggunakan atau terus menggunakan sistem.

Alur hubungannya adalah PEOU berpengaruh terhadap PU dan ATU, PU berpengaruh terhadap ATU dan BI, lalu ATU berpengaruh terhadap BI. Sejumlah penelitian juga menambahkan kepuasan konsumen sebagai variabel hasil. Model lain yang sering dibandingkan dengan TAM adalah UTAUT (Venkatesh dkk., 2003), yang konstruk ekspektasi kinerja dan ekspektasi usahanya serupa dengan PU dan PEOU.

2.2 Sistem Pemesanan Digital pada Usaha Kuliner

Sistem pemesanan digital adalah sistem yang memungkinkan konsumen memesan makanan atau minuman secara mandiri melalui perangkat elektronik. Bentuk yang paling umum adalah:

1. **QR menu**, yaitu kode QR di meja yang mengarahkan konsumen ke menu digital dan halaman pemesanan; nomor meja biasanya sudah terintegrasi sehingga pesanan langsung masuk ke dapur (Miranti dkk., 2025).
2. **Kios layanan mandiri**, yaitu layar sentuh di gerai untuk memesan dan membayar tanpa kasir (Saputera & Nataliani, 2026).
3. **Aplikasi pesan-antar makanan**, yaitu aplikasi ponsel untuk memesan makanan yang diantar ke lokasi konsumen (Lee dkk., 2023).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian berupa artikel jurnal yang sudah terbit, sehingga tidak melibatkan responden. Tahapan penelitian adalah sebagai berikut:

1. **Penelusuran artikel** melalui Google Scholar dan portal jurnal daring dengan kata kunci "TAM QR menu", "technology acceptance model QR code menu restaurant", "penerimaan QR code pemesanan", dan "technology acceptance model food delivery app".
2. **Seleksi artikel** berdasarkan kriteria inklusi: (a) terbit pada 2022–2026; (b) membahas penerimaan sistem pemesanan digital pada usaha kuliner; (c) menggunakan TAM atau model turunannya seperti UTAUT; dan (d) teks lengkap atau abstraknya dapat diakses.
3. **Ekstraksi data** dari setiap artikel, meliputi penulis, tahun, objek, model, jumlah sampel, dan temuan utama.
4. **Sintesis**, yaitu membandingkan temuan antarartikel untuk melihat variabel yang konsisten berpengaruh dan variabel yang hasilnya berbeda-beda.

Dari proses tersebut diperoleh 10 artikel yang dianalisis, terdiri atas 4 artikel nasional dan 6 artikel internasional. Davis (1989) dan Venkatesh dkk. (2003) digunakan sebagai rujukan teori, bukan sebagai artikel yang dianalisis.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Ringkasan Artikel

Sepuluh artikel yang dianalisis diringkas pada Tabel 1, diurutkan dari yang terbaru.

Tabel 1. Ringkasan artikel yang dianalisis

No	Penulis (Tahun)	Objek	Model & Sampel	Temuan Utama
1	Lutfhiah dkk. (2026)	QR code pemesanan, UMKM Sop Durian Margando Depok	TAM; 80 responden; SmartPLS	PEOU (p = 0,033) dan PU (p = 0,010) berpengaruh positif terhadap kepuasan; R^2 = 0,564
2	Saputera & Nataliani (2026)	Kios layanan mandiri McDonald's Bandung	TAM; 100 responden; PLS-SEM	PU (β = 0,314) dan ATU (β = 0,596) berpengaruh terhadap BI; PEOU tidak berpengaruh langsung ke BI; R^2 BI = 0,786; usia tidak membedakan
3	Miranti dkk. (2025)	QR code pemesanan, Porch Caffe Bengkulu	Regresi sederhana; 105 responden	Penggunaan QR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tetapi R^2 hanya 8,9%
4	Shahril dkk. (2024)	QR menu restoran, Malaysia	Korelasi; survei pelanggan	Faktor-faktor penggunaan QR menu, termasuk persepsi kegunaan, berhubungan positif dengan kepuasan
5	Kılıç dkk. (2023)	QR menu restoran, Turki	TAM; 635 responden (dominan Gen Z)	PEOU berpengaruh signifikan terhadap PU dan niat menggunakan
6	Nugraheni dkk. (2023)	Aplikasi MyOrder QR Code, Resto & Cafe Omah Tepi Sawah	UTAUT; 100 responden; SEM-PLS	Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung berpengaruh; ekspektasi usaha tidak; R^2 = 0,508
7	Ru & Garg (2023)	QR menu restoran mewah, Xi'an, Tiongkok	UTAUT2; 307 responden	Niat perilaku dipengaruhi berbagai konstruk penerimaan teknologi
8	Lee dkk. (2023)	Aplikasi pesan-antar makanan	TAM; 484 responden; SEM	PEOU berpengaruh ke PU dan niat; PU berpengaruh ke niat
9	Iskender dkk. (2022)	QR menu restoran, Amerika Serikat	Model penerimaan diperluas; 844 responden	Model menjelaskan 62% niat; kebersihan dan kemudahan mencoba (trialability) berperan penting
10	Wen dkk. (2022)	Aplikasi pesan-antar makanan	TAM + TPB	Sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan

No	Penulis (Tahun)	Objek	Model & Sampel	Temuan Utama
				kepercayaan memprediksi niat terus menggunakan

4.2 Persepsi Kegunaan sebagai Faktor Paling Konsisten

Persepsi kegunaan (PU) terbukti berpengaruh pada hampir semua penelitian yang mengujinya. Pada kios McDonald's, PU berpengaruh langsung terhadap niat (Saputera & Nataliani, 2026), dan pada QR menu UMKM, PU memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan dibanding PEOU (Lutfhiah dkk., 2026). Temuan serupa muncul pada penelitian berbasis UTAUT, di mana ekspektasi kinerja yang setara dengan PU juga signifikan (Nugraheni dkk., 2023). Artinya, konsumen mau memakai sistem pemesanan digital terutama karena merasakan manfaat nyata, seperti pemesanan lebih cepat, tidak perlu menunggu pelayan, dan pesanan lebih akurat.

4.3 Persepsi Kemudahan: Kuat ke Kegunaan, Lemah ke Niat

Persepsi kemudahan (PEOU) secara konsisten membentuk persepsi kegunaan; pengaruh PEOU terhadap PU pada kios McDonald's bahkan mencapai β = 0,774 (Saputera & Nataliani, 2026), sejalan dengan Kılıç dkk. (2023) dan Lee dkk. (2023). Namun, pengaruh langsung PEOU terhadap niat tidak selalu signifikan. Saputera dan Nataliani (2026) menemukan PEOU tidak berpengaruh langsung terhadap niat, dan Nugraheni dkk. (2023) menemukan ekspektasi usaha tidak berpengaruh karena responden didominasi usia 20–30 tahun yang sudah terbiasa dengan teknologi. Dengan kata lain, kemudahan tetap penting, tetapi perannya lebih sebagai jalan untuk membuat konsumen merasakan manfaat.

4.4 Faktor Kontekstual di Luar TAM

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa TAM perlu diperluas agar lebih tepat untuk konteks kuliner. Kondisi pendukung seperti koneksi internet dan perangkat yang memadai menjadi faktor paling dominan pada aplikasi MyOrder (Nugraheni dkk., 2023). Kebersihan dan kesempatan mencoba sistem berperan pada masa pandemi (Iskender dkk., 2022), sedangkan kepercayaan dan pengaruh sosial berperan pada aplikasi pesan-antar (Wen dkk., 2022). Hasil Miranti dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan QR code saja hanya menjelaskan 8,9% kepuasan, sehingga kualitas layanan, produk, dan harga tetap menentukan.

4.5 Implikasi bagi Usaha Kuliner

Berdasarkan sintesis di atas, pelaku usaha kuliner yang menerapkan sistem pemesanan digital dapat:

1. Menonjolkan manfaat yang dirasakan konsumen, misalnya pesanan langsung masuk ke dapur dan waktu tunggu lebih singkat.
2. Merancang tampilan menu digital yang sederhana agar persepsi kegunaan cepat terbentuk.
3. Menyediakan koneksi Wi-Fi yang stabil dan panduan singkat di meja.
4. Tetap menyediakan pemesanan manual bagi konsumen yang kurang terbiasa dengan teknologi.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Studi literatur terhadap 10 artikel menunjukkan bahwa TAM masih relevan untuk menjelaskan penerimaan sistem pemesanan digital pada usaha kuliner. Persepsi kegunaan merupakan faktor yang paling konsisten berpengaruh terhadap niat dan kepuasan konsumen. Persepsi kemudahan berpengaruh kuat terhadap persepsi kegunaan, tetapi pengaruh langsungnya terhadap niat tidak selalu signifikan, terutama pada konsumen muda. Selain variabel inti TAM, faktor kontekstual seperti kondisi pendukung, kebersihan, kepercayaan, dan kualitas layanan secara keseluruhan juga ikut menentukan penerimaan.

5.2 Saran

1. Pelaku usaha kuliner sebaiknya menekankan manfaat nyata sistem pemesanan digital dan menyediakan alternatif pemesanan manual.
2. Penelitian selanjutnya dapat menguji model TAM yang diperluas, misalnya dengan menambahkan kondisi pendukung atau kepercayaan, pada kafe dan UMKM kuliner di daerah, seperti Kota Jambi, yang belum banyak diteliti.
3. Studi literatur berikutnya dapat menambah jumlah artikel dan memakai protokol tinjauan sistematis seperti PRISMA.

Daftar Pustaka

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Iskender, A., Sirakaya-Turk, E., Cardenas, D., & Hikmet, N. (2022). Restaurant patrons' intentions toward QR code menus in the U.S. during COVID-19: Acceptance of technology adoption model (ATAM). *Journal of Foodservice Business Research*, 1–26. https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2133518

Kılıç, B., Delipınar, G. E., Güler, E. G., Gönen, İ., Gülbahar, M. O., Can, Ü., & Yayla, Ö. (2023). Measuring the tendencies of customers to use QR code menu in restaurants. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 5*(3). https://doi.org/10.33083/joghat.2023.321

Lee, W. S., Song, M., Moon, J., & Tang, R. (2023). Application of the technology acceptance model to food delivery apps. *British Food Journal, 125*(1), 49–64. https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2021-0574

Lutfhiah, A., Nur, M., & Handoko, L. H. (2026). Persepsi penerimaan sistem QR code terhadap kepuasan konsumen Sop Durian Margando Depok. *Great: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 3*(2), 114–138. https://doi.org/10.61111/great.v3i2.1585

Miranti, P. S. A., Agustine, F., Fitriani, R., Azzani, T., & Jihad, M. (2025). Pengaruh penggunaan QR code dalam pemesanan menu terhadap kepuasan konsumen di Porch Caffe. *Jurnal Cakrawala Ilmiah, 4*(10), 1363–1374.

Nugraheni, M. F., Ratnawati, D. E., & Putra, W. H. N. (2023). Analisis tingkat penerimaan penerapan aplikasi pemesanan dine in terintegrasi pembayaran digital (studi kasus: Resto & Cafe Omah Tepi Sawah). *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi (JUST-SI), 4*(1), 50–63.

Ru, X., & Garg, A. (2023). Customer acceptance of QR menu ordering system in luxury restaurants: A study of Xi'an, China. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism, 12*(2), 77–96.

Saputera, R., & Nataliani, Y. (2026). Self-service kiosk acceptance at McDonald's: A TAM-based analysis across age groups. *Idealis: Indonesia Journal Information System, 9*(2), 381–392.

Shahril, Z., Den, N. S. A. R., Bahari, N. A. S. S., & Asnawi, N. I. M. (2024). Customer satisfaction in using digital QR code menu ordering in restaurant. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts, 16*(1), 820–831.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Wen, H., Pookulangara, S., & Josiam, B. M. (2022). A comprehensive examination of consumers' intentions to use food delivery apps. *British Food Journal, 124*(5), 1737–1754. https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2021-0655