

---

## **ANALISA PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN KODE QR DALAM PROMOSI DAN PEMBAYARAN TRANSAKSI DI RUMAH MAKAN SURYA REZEKI “TAHU GIMBAL” TLOGOSARI**

**Ira Kurniati<sup>1)</sup>, Eri Mardiani<sup>2)</sup>, Nur Rahmansyah<sup>3)</sup>, Lusiana Putri<sup>4)</sup>, Mungky Hendriyani<sup>5)</sup>,  
Delfi Yandri<sup>6)</sup>**

<sup>1,4,5,6</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

<sup>2</sup>Informatika, Fakultas Teknologi Komunikasi dan Informatika, Universitas Nasional

<sup>3</sup>Animasi, Design, Politeknik Negeri Media Kreatif

Correspondence author: I.Kurniati, ira.kurniati@swadharma.ac.id, Jakarta, Indonesia

### **Abstract**

This research analyses consumer perceptions of using QR Codes in promotional activities and digital payments implemented at Rumah Makan Surya Rezeki "Tahu Gimbal" Tlogosari-Semarang. The research method used is descriptive quantitative with a questionnaire analysis approach given to consumers who have completed transactions at the restaurant. The result of this research is a change in how restaurants serve consumers with the introduction of QR Code technology as an alternative to provide information on the available menu items along with their prices and enable digital payments. The QR Code information provided is sufficient when printed as an image, and consumers focus their smartphone camera on scanning it until it connects to the needed information. The implementation of QR codes impacts the improvement of customer service through more straightforward, faster, and safer service. The obstacles encountered in implementing this QR code technology are unstable network access, which causes the application communication to malfunction, and many consumers still do not understand how to use the QR code.

**Keywords:** consumer perceptions, qr code, promotional, digital payments

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa persepsi konsumen terhadap penggunaan Kode QR dalam kegiatan promosi dan pembayaran digital yang diterapkan di Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” Tlogosari-Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan analisa kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang selesai bertransaksi di rumah makan. Hasil penelitian ini adalah adanya perubahan dalam cara pelayanan rumah makan kepada konsumen dengan terbentuknya teknologi Kode QR sebagai alternatif untuk memberikan informasi daftar menu yang tersedia untuk dipesan beserta harganya serta pembayaran yang dapat dilakukan secara digital. Informasi Kode QR yang diberikan cukup dengan dicetak dalam bentuk gambar, kemudian konsumen memfokuskan kamera smartphone untuk memindai kode QR hingga terkoneksi pada informasi yang dibutuhkan. Penerapan kode QR ini berdampak kepada peningkatan layanan konsumen melalui pelayanan yang lebih mudah, cepat, dan aman. Hambatan yang dirasakan dalam penerapan teknologi kode QR ini adalah ketersediaan

akses jaringan yang tidak stabil menyebabkan komunikasi aplikasi tidak berjalan dengan baik dan masih banyaknya konsumen yang belum memahami cara menggunakan kode QR tersebut.

**Kata Kunci:** persepsi konsumen, kode qr, promosi, pembayaran digital

## A. PENDAHULUAN

Penggunaan internet semakin meningkat karena adanya pandemi Covid yang menyebar di Indonesia. Pandemi Covid telah membuat teknologi internet menjadi hal yang paling dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena adanya himbauan untuk menjaga jarak satu sama lain untuk mencegah penularan virus secara masif sehingga menimbulkan perubahan perilaku pada masyarakat (Dharmalau et al., 2022). Perilaku yang berubah yaitu mulai dari cara bekerja, belajar, bertransaksi, dan juga berkonsumsi. Semula kegiatan tersebut dilakukan dengan adanya kontak fisik, maka setelah adanya pandemi kegiatan tersebut dilakukan secara *online* (Fiona & Rahmayanti, 2022).

Teknologi pun dianggap memberikan kenyamanan dan kemudahan karena mudah dijangkau oleh sarana *smartphone/handphone* yang jumlah penggunaannya selalu bertambah. Informasi bisa lebih cepat diterima dan tersebar mulai dari informasi yang berasal dari internet, koran atau majalah, media sosial (Fajarianto et al., 2021).

Digitalisasi dan inovasi dalam transaksi pembayaran telah mengubah cara kita berinteraksi dengan uang dan melakukan pembelian (Amer, 2024). Beberapa perkembangan utama dalam digitalisasi dan inovasi pembayaran antara lain (Senyo & Osabutey, 2020):

### 1. Dompet Digital dan Aplikasi Pembayaran:

Pengguna dapat menyimpan informasi kartu kredit, debit, atau rekening bank mereka secara aman dalam aplikasi. Aplikasi Pembayaran seperti PayPal, Venmo, Apple Pay, Google Pay, dan

sebagainya memungkinkan pengguna untuk mentransfer uang dan melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah.

### 2. Teknologi NFC (*Near Field Communication*) / Pembayaran Kontak:

Teknologi NFC memungkinkan pembayaran dengan sekadar menyentuh perangkat pada terminal pembayaran yang kompatibel. Penggunaan kartu pembayaran yang dilengkapi dengan chip NFC atau ponsel pintar yang mendukung pembayaran kontak.

### 3. QR Code/Pembayaran dengan Kode QR:

Pengguna dapat membayar atau menerima pembayaran dengan memindai kode QR melalui aplikasi pembayaran mereka. Merchant dan Penjual. Kode QR juga digunakan oleh penjual untuk menerima pembayaran dengan mudah.

### 4. *Blockchain* dan *Cryptocurrency*:

Pembayaran dengan *Cryptocurrency* memungkinkan Pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan seperti Bitcoin, Ethereum, dan lainnya. Teknologi *Blockchain* memberikan keamanan tambahan dan transparansi dalam transaksi.

### 5. Biometrik dan Otorisasi Multifaktor:

Biometrik/Pengenalan Wajah dan Sidik Jari: Beberapa perangkat menggunakan biometrik untuk mengamankan transaksi, seperti pengenalan wajah atau sidik jari.

Otorisasi Multifaktor: Menambahkan lapisan keamanan tambahan, seperti kode OTP atau otorisasi melalui perangkat terpisah.

### 6. *Internet of Things* (IoT) atau Pembayaran Otomatis:

IoT memungkinkan perangkat terhubung, seperti mobil atau perangkat rumah

- pintar, untuk melakukan pembayaran secara otomatis tanpa interaksi manusia.
7. Teknologi Pembayaran Seluler/*Mobile Payments*: Ponsel pintar dapat digunakan untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan teknologi NFC, QR code ataupun teknologi lainnya yang tertanam di ponsel pintar konsumen.
  8. P2P Apps/Teknologi Pembayaran P2P (*Peer-to-Peer*): Aplikasi seperti Cash App, Venmo, dan lainnya memungkinkan pengguna untuk mentransfer uang antar sesama pengguna dengan mudah.
  9. Big Data dan Analitika:  
Analisis Transaksi: Perusahaan dapat menggunakan big data untuk menganalisis pola pembelian, perilaku konsumen, dan menyesuaikan penawaran mereka.  
Pengelolaan Risiko: Analitika dapat digunakan untuk mendeteksi potensi penipuan atau aktivitas mencurigakan.
  10. Tokenisasi Pembayaran: Penggantian informasi sensitif dengan token yang tidak berbahaya, meningkatkan keamanan transaksi.

QRIS singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard* merujuk pada standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mendukung pembayaran elektronik di Indonesia. QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai metode pembayaran elektronik ke dalam satu sistem yang seragam dan dapat diterima oleh semua pihak yang terlibat (Damayanti et al., 2023). QRIS mengintegrasikan berbagai metode pembayaran elektronik ke dalam satu kode QR tunggal. Dengan QRIS, pengguna dapat melakukan pembayaran menggunakan dompet digital, mobile banking, atau kartu Prabayar yang terkait dengan berbagai penyedia pembayaran (Handayani, 2023).

Inovasi pembayaran akan terus berkembang seiring waktu, membawa perubahan signifikan dalam cara kita

bertransaksi dan mengelola keuangan. Penting untuk terus memantau perkembangan di bidang ini untuk memahami tren terbaru dan memaksimalkan manfaatnya (Purwanto et al., 2022).

Transaksi pembayaran merujuk pada proses pertukaran nilai ekonomi antara dua pihak yang melibatkan pembayaran untuk produk atau jasa. Dalam konteks ini, "transaksi" mengacu pada aktivitas keuangan di mana pihak yang satu memberikan pembayaran kepada pihak yang lain sebagai imbalan atas barang atau layanan yang diterima (Afriani et al., 2024).

Berdasarkan data Insight Asia, metode pembayaran yang paling populer dan diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu Dompet Digital (e-wallet) sebesar 71% lalu diikuti dengan pembayaran secara tunai (cash) sebesar 49%, Transfer Bank 24%, QRIS 21%, Paylater 18%, Kartu Debit 17% dan Virtual Account 16%. (Madjid, 2022) Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia pada tahun 2023 sekarang ini sudah mulai beralih ke pembayaran digital dan mulai meninggalkan pembayaran tunai secara perlahan-lahan.

Banyaknya ragam pembayaran digital seperti Gopay, Ovo, Dana, Shopee pay dan Link Aja mengakibatkan beragamnya QR Code yang diluncurkan oleh tiap-tiap brand sehingga mengakibatkan masyarakat kesulitan karena apabila hendak bertransaksi harus mempunyai aplikasi brand yang sama dengan QR code yang telah disediakan oleh pelaku bisnis dan apabila berbeda brand ataupun QR Code, maka tidak bisa melakukan pembayaran secara digital (Harahap et al., 2023).

Penelitian ini akan mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap penerapan kode QR di Rumah Makan Surya Rezeki "Tahu Gimbal" Tlogosari-Semarang baik untuk pemesanan makanan (*digital menu*) dan pembayaran transaksi (*digital payment*).

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” yang berlokasi dekat jembatan 2 sebelah timur mini Market Tlogosari-Semarang.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan April 2024. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau peristiwa tertentu dengan menggunakan data yang dapat diukur secara numerik. Penelitian ini mengumpulkan dan menganalisis data angka untuk menggambarkan kondisi atau situasi yang sedang diteliti, tetapi tidak berfokus pada mencari hubungan sebab-akibat atau hipotesis tertentu. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk statistik, seperti angka rata-rata, persentase, frekuensi, atau distribusi data.

Menggunakan data primer hasil pengolahan data kuesioner dan observasi. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 100 orang yang melakukan transaksi dengan menggunakan metode kode QR.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menghasilkan aplikasi *QR-Code* yang dapat memudahkan bagian promosi dalam menyampaikan informasi mengenai Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”. Pada halaman awal aplikasi ini kita dapat melihat informasi yang terintegrasi dengan Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” dimana setiap ada pembaharuan data maka aplikasi ini secara otomatis akan menampilkan informasi terkait promosi terbaru yang ada di Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”.

QR-Code yang disisipkan pada aplikasi tersebut dapat memudahkan konsumen dalam mengakses informasi secara tepat dan akurat. Konsumen dapat melakukan scan *QR-Code* melalui perangkat *smartphone/handphone*. Setelah gambar QR-Code tersebut di-scan maka akan secara otomatis akan mengarah ke halaman website Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”.

Selain itu penerapan *QR-Code* ini juga dapat mempermudah untuk mengakses informasi dalam bentuk gambar. QR-Code yang discan pada menu unduh brosur akan menghasilkan berkas berupa gambar brosur dan profil singkat dari Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”. Informasi yang dikemas dalam bentuk berbagai media ini dapat memberikan daya tarik tersendiri dalam melakukan promosi kepada konsumen. Dengan adanya aplikasi ini akan mempermudah penyebaran promosi dan informasi mengenai Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” secara digital dan dapat diakses dimana saja, kapan saja, serta tanpa batasan ruang dan waktu.

### **Proses Penerapan QR-Code sebagai Media Promosi dan Informasi dari Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”.**

Sebelum menerapkan aplikasi ini, ada beberapa proses yang harus dilakukan. Proses yang dilakukan pertama kali sesuai dengan metode penelitian adalah melakukan



Analisa awal kepada user/pengguna aplikasi QRCode ini. Adapun pengguna aplikasi ini adalah Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”. Dari proses tahap awal ini didapatkan analisa berupa kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna terkait aplikasi QR-Code tersebut. Kebutuhan tersebut antara lain adalah aplikasi ini dapat memberikan kemudahan dalam memberikan informasi terkait promosi dari Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”.

Setelah mendapatkan kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh Rumah Makan, maka tahap selanjutnya adalah mendesain aplikasi tersebut sesuai dengan analisa awal. Tahap desain ini menghasilkan rancangan aplikasi QR-Code.

Untuk memastikan aplikasi tersebut dapat berjalan dengan baik dan sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna maka diperlukan testing dan implementasi. Oleh karena itu tahap selanjutnya adalah mencoba aplikasi tersebut pada beberapa perangkat *smartphone/handphone* yang dimiliki oleh pegawai rumah makan. Testing dan implementasi ini menghasilkan rekomendasi untuk menerapkan aplikasi tersebut untuk di sebarakan kepada konsumen rumah makan.

Proses penerapan aplikasi QR-Code dilakukan secara persuasif di Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”. Penerapan awal hanya di install di beberapa *smartphone/handphone* konsumen yang menginginkan informasi lebih lanjut terkait promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal”. Informasi ini dapat di akses oleh konsumen melalui aplikasi QR-Code yang sudah di install di *smartphone/handphone*.

### **Statistik Deskriptif Kuesioner Konsumen Terhadap QR-Code Dalam Pembayaran Transaksi**

Kuesioner dibagikan kepada 100 konsumen yang melakukan transaksi menggunakan kode QR selama periode penelitian. Hasil olah kuesioner didapatkan temuan bahwa terdapat 53% koresponden

yang belum mengetahui teknologi QRIS sebagai metode pembayaran, dan hanya 47% responden yang sudah tahu dan biasa menggunakannya.

Faktor-faktor apa yang mendorong konsumen untuk menggunakan QRIS didapatkan bahwa 30% responden menganggap menggunakan QRIS lebih mudah dan cepat, 20% responden karena tidak perlu membawa uang tunai, 25% responden merasa transaksi yang dilakukan melalui QRIS lebih aman dan terlindungi, serta 25% responden merasa dengan QRIS tidak perlu mendaftar ke banyak penyedia jasa layanan pembayaran.



Gambar 2. QR-Code untuk pembayaran

Untuk pertanyaan apakah konsumen mengalami kesulitan dalam penggunaan QRIS, didapatkan bahwa 53% responden tidak mengalami kesulitan dan 47% responden mengalami kendala dalam penggunaan QRIS.

Pertanyaan berikutnya terkait rasa aman dalam melakukan transaksi, 51% responden mengungkapkan rasa aman bertransaksi menggunakan QRIS, sedangkan sisanya sebesar 49% masih merasa transaksi QRIS tidak aman.

Untuk pertanyaan alasan tidak menggunakan teknologi pembayaran QRIS, 40% responden menjawab karena masih lebih suka melakukan pembayaran secara

tunai, sementara 25% responden menjawab karena lupa membawa hape, sedangkan sisanya sebesar 35% lebih karena kendala teknis seperti koneksi internet tidak stabil atau tidak memiliki paket internet.

Teknologi pembayaran digital apa yang paling disukai konsumen dalam melakukan transaksi selain menggunakan QRIS, 15% responden menjawab dengan dompet digital (e-wallet), 14% dengan transfer bank, 15% menggunakan paylater, 12% menggunakan kartu debit, 17% melakukan pembayaran melalui *virtual account*, 10% menggunakan kartu kredit dan 10% sisanya menggunakan *internet banking*.

#### **Faktor Hambatan Penerapan QR-Code**

Hambatan dalam proses penerapan QR-Code dalam melakukan pemesanan dan transaksi pembayaran tersebut antara lain

1. koneksi internet pada *smartphone/handphone* konsumen yang tidak stabil
2. Spesifikasi perangkat *smartphone/handphone* konsumen tidak kompatibel. Aplikasi ini hanya bisa di install pada operasi sistem android, dan
3. gambar tampilan QR Code harus jelas. Karakter/pola yang ada pada gambar QR Code tidak boleh terputus ataupun gambar yang dihasilkan tidak jelas karena akan berakibat gagal aplikasi menampilkan data dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Untuk memenuhi kebutuhan promosi Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” dalam menghasilkan informasi yang berkualitas dan efektif melalui media promosi maka aplikasi memiliki peran yang cukup penting. Peran QR-Code dalam mempermudah pengguna dalam mengakses informasi dapat terlihat dengan cara penggunaan yang relatif lebih mudah. Selain itu QR-Code ini dapat menjadi pilihan untuk promosi menyebarkan luaskan informasi secara efektif dan efisien. Penyampaian informasi melalui media ini dapat dipetakan berdasarkan kebutuhan promosi. Misalnya

aplikasi ini hanya diperuntukkan khusus untuk pembeli baru.

#### **D. PENUTUP**

Hasil dari Penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu dengan berkembangnya teknologi informasi membuat transaksi bisa dilakukan *cashless* atau pembayaran non-tunai menjadi lebih bervariasi. QR cukup diminati oleh para pembeli di jaman ini karena cukup membawa HP dan paket data internet yang stabil namun namun untuk pembeli yang lebih suka memakai uang tunai. Penjual masih melayani pembeli dengan baik

Berdasarkan respon dari kuesioner merupakan hal yang biasa saja, selain aplikasi *cashless* ini bisa di download lewat *play store* yang sudah tersedia dengan mudah di setiap HP. Transaksi *cashless* memberikan banyak kemudahan bagi pembeli dalam bertransaksi jual beli dengan penjual.

Ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam menggunakan aplikasi QR khususnya untuk mengguna baru. Jika pembeli kurang paham cara menggunakan QR, pembeli bisa bertanya kepada penjual atau pembeli mempelajari terlebih dahulu aplikasi QR ini.

Proses penerapan QR-Code sebagai media promosi dan informasi Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” berjalan dengan baik sesuai dengan hasil yang diharapkan. Aplikasi QR-Code ini dapat digunakan dan diakses melalui perangkat *handphone*.

Adapun faktor penghambat dalam penerapan QR-Code sebagai promosi dan informasi di Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbal” itu sendiri adalah ketersediaan koneksi internet dari masing-masing pengguna perangkat *handphone* tersebut. Artinya aplikasi ini dapat berjalan dengan baik jika di dukung dengan koneksi internet yang stabil.

Peran QR-Code sangat penting dari segi kemudahan penggunaan serta informasi yang disampaikan dapat sesuai dengan sasaran.

Dengan adanya aplikasi QR-Code informasi yang disampaikan dalam rangka sebagai media Promosi Rumah Makan Surya Rezeki “Tahu Gimbang”.

Dan aplikasi QR dapat menjadi nilai tambah karena disajikan dalam berbagai bentuk media dalam satu aplikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada konsumen.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, L., Hafizah, & Purwanto, M. A. (2024). Hukum Pembayaran QRIS (Quick Response Code) Perspektif Hukum Ekonomi Syaria’ah. *Perspektif Agama Dan Identitas*, 9(6), 81–88. <https://ojs.co.id/1/index.php/pai/article/view/1403/>
- Amer, M. M. (2024). Integrating Fintech within Social Media Platforms to empower Entrepreneurship. *Emirati Journal of Digital Arts and Media*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.54878/qj4s4156>
- Damayanti, U. R., Nirmala, A. R., Nurani, R., & Kuswara, C. N. (2023). Literasi Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada Siswa Sekolah Menengah Atas di Pekanbaru. *BATIK : Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(1), 17–21. <https://doi.org/10.57152/batik.v1i1.703>
- Dharmalau, A., Putra, D. F. D., Hiswara, I., Nurlaela, L., Ningtyas, S., & Usanto, U. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Ketahanan Ekonomi Dengan Umkm Online di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 7(2), 162–173.
- Fajarianto, O., Lestari, A. D., & Erawati, D. (2021). Pemanfaatan QR Code Sebagai Media Promosi dan Informasi Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Signal*, 9(1), 101–108.
- Fiona, F., & Rahmayanti, D. (2022). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM dan Implementasi Strategi Digital Marketing Pada UMKM Indonesia. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 298–322.
- Handayani, N. L. P. (2023). Optimalisasi Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Dalam Mewujudkan Inklusi Keuangan. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 363–370. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3.752>
- Harahap, G. R., Nurbaiti, N., & Tambunan, K. (2023). Analisis Efektivitas Implementasi Sistem Pembayaran Digital QRIS Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Dagang Plastik Intan Baru Sibuhuan. *JPEK : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(1), 70–82. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.14833>
- Madjid, Z. (2022). Survei InsightAsia: 71% Warga Pakai Dompot Digital, GoPay Paling Laris. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/6384a25362e03/survei-insightasia-71-warga-pakai-dompot-digital-gopay-paling-laris>
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 80–91. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.v011i01.220>
- Senyo, P., & Osabutey, E. L. C. (2020). Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations. *Technovation*, 98, 102155. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>