

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Teori Dasar Penelitian**

##### **2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)**

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Teori Technology Acceptance Model (TAM) ini diadopsi dari model The Theory of Reasoned Action (TRA) yang digunakan sebagai acuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna teknologi informasi. TAM adalah suatu model yang dikembangkan guna menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan terhadap teknologi informasi. Dalam TAM, tingkat penerimaan terhadap penggunaan teknologi informasi ditentukan oleh lima konstruk utama, yakni persepsi tentang kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi tentang manfaat penggunaan (*perceived of usefulness*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), niat perilaku untuk mempergunakan kembali (*behavioral intention tu use*), serta penggunaan aktual dari sistem tersebut (*actual system usage*).

### **2.1.2. Theory of Planned Behaviour (TPB)**

Azjen mengemukakan teori ini sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA). Teori ini mengemukakan bahwasanya komitmen individu bisa berefek pada penggunaan teknologi informasi. Dalam teori ini, dijelaskan bahwasanya tekad seseorang akan memengaruhi tindakan yang mereka lakukan. Sikap serta norma subjektif juga mempunyai peran dalam membentuk minat penggunaan seseorang. Selain itu, unsur pengendalian perilaku juga menjadi faktor tambahan yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi. Beberapa faktor yang memengaruhi tekad termasuk:

1. Attitude Toward The Behavior

Definisi dari konstruk ini adalah keyakinan individu terhadap hasil dari perilaku serta penilaian terhadap hasil yang timbul dari perilaku tersebut, dan keyakinan ini akan membentuk sikap dalam merespons perilaku tersebut.

2. Subjective Norm

Konstruk ini dijelaskan sebagai pengaruh ataupun tekanan sosial di sekitar individu yang memengaruhi minat, sehingga individu akan berpikir kembali tentang apakah akan melaksanakan perilaku atau tidak.

3. Control belief

Control belief mencakup pilihan individu tentang hal-hal pendukung ataupun penghambat perilaku, serta sejauh mana pilihan-pilihan tersebut dapat memengaruhi perilaku individu.

## **2.2. Teori variabel Y dan X**

### **2.2.1. Minat Menggunakan**

Menurut Walgito dalam (Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli 2020) minat diartikan sebagai tingkat ketertarikan individu terhadap suatu hal, disertai dengan hasrat untuk lebih memahami serta mempelajari tentangnya. Menurut (Ma'ruf et al. 2022) minat didefinisikan sebagai keinginan yang timbul dari dorongan psikis individu untuk berperilaku. Ia juga memaparkan bahwa minat menggunakan didefinisikan sebagai seberapa jauh keinginan atau dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dari penjabaran di atas dapat didefinisikan bahwa minat penggunaan adalah rasa ketertarikan pada suatu hal ataupun aktivitas secara sukarela tanpa adanya paksaan untuk melakukan hal tersebut. Perasaan ketertarikan tersebut muncul karena adanya kesadaran yang tinggi dan dorongan kuat untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks studi ini, minat bisa dimaknai sebagai ketertarikan individu terhadap penggunaan dompet elektronik dalam bertransaksi.

### **2.2.2. Kemudahan Penggunaan**

Jogiyanto (2017) menyampaikan persepsi tentang kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh apa individu meyakini bahwasanya penggunaan sistem teknologi tertentu tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Davis memberikan definisi persepsi tentang kemudahan penggunaan sebagai tingkat keyakinan

individu terhadap teknologi tertentu, yaitu bahwasanya teknologi tersebut mudah dipahami serta digunakan. Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha seseorang dalam mengoperasikan atau mempelajari suatu teknologi dan ini memberikan indikasi bahwa seseorang yang menggunakan teknologi informasi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang tidak menggunakannya. Pengguna percaya bahwa karakteristik dari kemudahan penggunaan terletak pada kemampuan teknologi informasi untuk dipahami dan dioperasikan dengan mudah.

### **2.2.3. Kemanfaatan**

Menurut Jogiyanto (2017), konsep *perceived usefulness* mengacu pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan menumbuhkan efisiensi dan kinerja dalam pekerjaan (*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance.*), yang bermakna apabila individu mempunyai keyakinan bahwasanya sistem informasi memiliki manfaat, maka dia akan cenderung mempergunakannya. Sebaliknya, apabila dia merasa sistem informasi kurang bermanfaat, kemungkinan besar dia tidak akan mempergunakannya. Dengan demikian, kepercayaan ini berpengaruh terhadap keputusan dalam penggunaan sistem informasi.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat dalam dompet elektronik merupakan sejauh mana pengguna (user) meyakini bahwa ia akan menjadi lebih baik dari transaksi online atau website lainnya. Individu yang

merasa semakin mudah menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut.

#### **2.2.4. Risiko**

Risiko mempunyai dua dampak, yaitu dampak positif yang dikenal sebagai peluang ataupun opportunity, serta dampak negatif yang dikenal sebagai ancaman ataupun threat. Tetapi pada umumnya risiko hanya dipahami sebagai efek negatif saja atau ancaman seperti kerugian dan kehilangan, padahal seharusnya ancaman tersebut merupakan suatu ketidakpastian yang belum tentu terjadi tetapi bisa diantisipasi dan dipahami sehingga mampu dikelola menjadi strategi sehingga menjadi peluang atau kesempatan terhindar dari ancaman tersebut atau menjadi antisipasi atau keberhasilan (Rizqiah & Karningsih, 2017).

#### **2.2.5 Aplikasi Go-Pay**

Go-Pay ialah teknologi digital unggulan yang diperkenalkan oleh perusahaan Go-Jek untuk mempermudah sistem keuangan perusahaan. Go-Pay berfungsi sebagai uang elektronik yang diterbitkan oleh PT Dompot Anak Bangsa (DAB) serta sudah memiliki registrasi dan pengawasan dari Bank Indonesia. Manfaat Go-Pay sangat beragam dalam melakukan pembayaran. Untuk menggunakan layanan ini, pengguna perlu mengisi saldo melalui gerai ataupun penerbit e-money, atau bahkan bisa mengisi saldo dengan perantara driver Go-Jek.

Saldo akan terisikan sesuai dengan total pembayaran pertama kali pada akun Go-Pay, yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan data pribadi saat mendaftar akun Go-Pay (Anifa et al. 2020).

Go-Pay menyediakan berbagai layanan termasuk Go-Send, Go-Car, Go-Jek, serta lain sebagainya. Aplikasi Go-Pay memungkinkan pengguna untuk melakukan isi ulang, pembayaran, serta transfer uang. Saat melakukan pembayaran dengan Go-Pay, saldo akun otomatis berkurang sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan. Meskipun layanan transfer uang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan dana ke pengguna Go-Pay lain dengan jumlah yang diinginkan, saldo akan otomatis berkurang sesuai dengan jumlah yang dikirimkan ke pihak lain (Anifa et al. 2020).

#### **2.2.6. Aplikasi Shopee-pay**

*Shopee* adalah satu dari sejumlah aplikasi besar yang didirikan pada tahun 2015 dan mencakup tujuh wilayah di Asia. Di Indonesia, *Shopee* mulai beroperasi pada Desember 2015. Kini, *Shopee* merupakan bagian dari SEA Group yang dikelola oleh Forest Li. Tujuan utama *Shopee* adalah menyediakan layanan belanja yang handal serta bermutu bagi penjual dan pembeli di wilayah Asia Tenggara. Platform ini pun mempunyai tujuan lain, yaitu mendukung kemajuan dunia melalui teknologi yang semakin berkembang. Dengan komitmen untuk menyediakan pengalaman belanja yang unggul, *Shopee* menjadi pilihan menarik bagi pengguna, terutama saat *Shopee* memperkenalkan *Shopee-Pay*, sistem pembayaran tanpa tunai

yang memungkinkan pengguna mendapatkan berbagai manfaat. Fitur notifikasi sistem pembayaran di aplikasi Shopee Pay memungkinkan pengguna untuk melacak transaksi saat berbelanja (Ni Wayan Eka Wijayanti<sup>1\*</sup>, Ni Wayan Suardiati Putri<sup>2</sup> 2021).

### **2.2.7 Aplikasi OVO**

Menilik kembali pembentukan OVO yang dimulai pada Maret 2017 dan masih berlangsung hingga saat ini Di naungan PT Visionet Internasional. OVO adalah perusahaan LippoX, yang merupakan bagian dari Lippo Group. Pada awalnya, OVO dirancang sebagai platform terbuka dan bekerja sama dengan perusahaan Lippo lain yang beroperasi dalam bidang ritel serta komersial, termasuk RS Siloam serta Hypermart. Pada tahun 2018, Lippo Group serta Tokyo Century membangun rangkaian afiliasi di Indonesia, seperti investasi di OVO. Tokyo Century berinvestasi US\$120 juta ke dalam OVO. Pada tahun yang sama, OVO juga berhasil menjalin kemitraan dengan sejumlah perusahaan besar di Indonesia, seperti Bank Mandiri, Alfamart, Grab, serta Moka, untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Kolaborasi kemitraan semacam ini telah membuat OVO menjadi satu dari sejumlah platform pembayaran dengan penerimaan terluas di Indonesia. Pada bulan November, OVO pun menginformasikan kerjasama dengan Tokopedia, platform belanja online yang sangat terkenal di Indonesia. Melalui kemitraan ini, OVO dapat menambah 80 juta pengguna aktif Tokopedia per bulan ke dalam jaringan 60 juta pengguna OVO (Puspita 2019).

### 2.3. Penelitian Terdahulu

Sejumlah studi yang telah dijalankan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1** Peneletian Terdahulu

No	Nama	Judul penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Anugrah and Ompusunggu 2021)	Analisis factor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan E-money melalui aplikasi pembayaran berbasis digital menggunakan model UTAUT	Lima diantara konstruk yang diajukan memiliki tingkat signikansi paling tinggi dalam memengaruhi minat individu terhadap penggunaan e-money khususnya di Kota Batam.Diantaranya yaitu; ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dansikap terhadap penggunaan teknologi

2.	(Sari et al. 2020)	Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet	menunjukkan bahwa daya tarik promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan e-wallet. Semakin besar promosi diberi, sehingga semakin besar minat pengguna dalam memakai ewallet. Persepsi manfaat berdampak secara parsial atas minat penggunaan ewallet, menyatakan bahwasanya manfaat yang banyak akan menarik minat pengguna dalam memakai e-wallet. Persepsi keamanan berdampak secara parsial atas minat penggunaan e-wallet, maknanya semakin aman dalam bertransaksi sehingga semakin besar
----	--------------------	--	--

			minat memakai aplikasi e-wallet.
3.	(Khafiyah 2019)	Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	menunjukkan bahwa kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik, maknanya semakin tinggi kemudahan menggunakan, maka semakin besar minat untuk memakai uang elektronik. Adanya hubungan yang signifikan dan positif antara kemudahan dan minat penggunaan uang elektronik mengindikasikan bahwa semakin mudah penggunaan uang elektronik, semakin tinggi minat penggunaan. Faktor

			<p>kemudahan ini juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik, menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan, semakin besar minat penggunaan. Selain itu, kemudahan penggunaan juga berdampak positif dan signifikan pada perilaku konsumen, sehingga tingkat kemudahan dalam penggunaan uang elektronik akan memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan uang elektronik.</p>
4.	(Anifa et al. 2020)	Tingkat Kemudahan dan Manfaat Pada	kemudahan serta manfaat pada penggunaan

		Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna di Indonesia	layanan amat berdampak atas minat penggunaan Go-Pay
5.	(Udayana, Rinofah, and Fahrurrozi 2022)	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, dan Security Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay Pada Generasi X Di Surabaya	perceived usefulness, perceived ease of use, trust, serta security secara simultan memberi pengaruh positif atas minat penggunaan Go-Pay.
6.	(Pratama & Suputra, 2019: 9)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Penggunaan Uang Elektronik	Persepsi akan manfaat, tingkat kemudahan penggunaan, serta tingkat kepercayaan memiliki dampak positif atas minat penggunaan uang elektronik.
7.	(Brahanta & Wardhani, 2021: 17)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopee-Pay Di Surabaya	Persepsi tentang manfaat memberi pengaruh positif serta signifikan atas minat untuk mempergunakan kembali Shopee-Pay.

8.	(Ompusunggu and Anugrah 2021)(Ompusunggu and Anugrah 2021)	Gender In Mobile Wallet Addoption by Using UTAUT Model	Kondisi fasilitasi positif dan signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan E-wallet
9.	(Anugrah and Ompusunggu 2020)	Analisis Self Efficacy dan Anxiety Pada Kesuksesan Adopsi Mobile Wallet dengan Model UTAUT	Efikasi diri tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat menggunakan m-wallet, sedangkan kecemasan tidak memiliki pengaruh dan menunjukkan arah positif pada niat menggunakan m-wallet dan pengaruh sosial memiliki pengaruh positif pada niat menggunakan m-wallet

## **2.4 Hipotesis**

Dengan mempertimbangkan latar belakang, rumusan masalah, teori-teori yang telah dipaparkan, serta studi-studi terdahulu serta kerangka pemikiran yang sudah dijelaskan dalam studi ini, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

### **2.4.1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E- Wallet**

Menurut (Iffat and Laksmi 2023) kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat ataupun kondisi di mana individu merasa bahwasanya saat menggunakan sebuah sistem tertentu, mereka tak harus memiliki kemampuan yang tinggi ataupun lengkap untuk mengoperasikan sistem tersebut. Dengan kata lain, pengguna bisa dengan mudah mengoperasikan sistem tersebut. Ketika perusahaan menumbuhkan kemudahan penggunaan dalam sistem mereka, konsumen cenderung lebih setia untuk mempergunakan sistem tersebut sebab mereka tidak mengalami kesulitan dalam mengaksesnya.

Beberapa studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh (Marra, S., & Darista 2021) menyimpulkan bahwasanya persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan atas minat penggunaan aplikasi dompet digital OVO. Studi serupa yang dilaksanakan oleh Rosma, (2021) juga menyampaikan bahwasanya persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif atas minat mempergunakan dompet digital Gopay. Dengan kata lain, semakin mudah penggunaan Gopay, semakin tinggi minat penggunaan. Namun, temuan studi yang berbeda ditemukan dalam studi oleh Esthiningrum dan Permatasari (2019), di mana

menyimpulkan bahwasanya persepsi kemudahan penggunaan tak memberi pengaruh atas minat penggunaan e-wallet dalam transaksi.

Menurut Teori TAM, persepsi manfaat dianggap sebagai struktur yang paling krusial serta signifikan yang memengaruhi sikap, minat, serta tingkah laku dalam mempergunakan teknologi, dibandingkan dengan konstruk lainnya (Davis, 1989). Teknologi atau sistem diciptakan untuk memberikan manfaat bagi penggunanya. Penggunaan dompet elektronik dianggap mudah sebab tak memerlukan uang tunai, dan juga memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam bertransaksi sehingga menghemat waktu.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menggunakan E Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam.

#### **2.4.2. Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet**

Menurut (Iffat and Laksmi 2023), *perceived usefulness* mengacu pada keyakinan seseorang bahwa mempergunakan teknologi akan menumbuhkan kinerja pekerjaannya (*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance*). Maknanya, apabila seseorang merasa yakin bahwasanya sistem informasi berguna, maka mereka akan cenderung mempergunakannya.

Sejumlah studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh (Robaniyah and Kurnianingsih 2021) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memberi dampak

positif serta signifikan atas minat penggunaan dompet elektronik. Studi serupa yang dilaksanakan oleh Rodiah & Melati (2020) juga menemukan bahwasanya persepsi manfaat memberi pengaruh positif serta signifikan terhadap minat mempergunakan e-wallet. Namun, temuan studi yang berbeda ditemukan dalam studi oleh Esthiningrum dan Permatasari (2019), di mana menyimpulkan bahwasanya persepsi manfaat tak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan e-money dalam transaksi.

Menurut teori Theory of Planned Behaviour (TPB), jika sebuah sistem ataupun teknologi dipandang mudah oleh individu, sehingga banyak orang akan cenderung mempergunakannya. Dalam konteks penggunaan dompet elektronik, manfaat yang dimaksud ialah menumbuhkan keefektifan dan keefisienan penggunaan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kemanfaatan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menggunakan E Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam.

#### **2.4.3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-wallet**

Menurut Nurdin dkk, (2020), risiko diartikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi pengguna saat melaksanakan aktivitas khusus. Rodiah dan Melati (2020) mengartikan risiko sebagai keyakinan atas adanya ketidakpastian serta dampak yang mungkin timbul saat bertransaksi dengan mempergunakan layanan tertentu.

Studi sebelumnya oleh (Maulida 2021) menemukan bahwasanya ada hubungan positif serta signifikan antara persepsi risiko dan minat dalam menggunakan e-wallet. Namun, hasil yang berbeda dikemukakan oleh Rodiah & Melati (2020) yang menemukan bahwasanya persepsi risiko memberi pengaruh negatif serta signifikan atas niat mempergunakan dompet digital di kalangan generasi milenial di kota Batam.

Konsep risiko ini didasarkan pada teori TPB, di mana suatu sistem ataupun teknologi yang dianggap sederhana serta banyak dipergunakan oleh orang lain akan memiliki risiko yang perlu dipertimbangkan oleh pengguna. Risiko yang dirasakan bisa mengakibatkan konsumen mengurangi pemakaian dompet elektronik mereka. Mereka mungkin ragu bahwasanya sistem pembayaran berbasis teknologi tidak akan berfungsi sebagaimana diharapkan, serta meragukan kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan cepat. Di sisi lain, jika sistem ataupun teknologi tersebut dipergunakan secara luas, bisa meningkatkan risiko kejahatan. Sebaliknya, semakin rendah risiko yang dirasakan, semakin besar minat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Risiko Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menggunakan E Wallet  
Pada Generasi Milenial Kota Batam.

#### **2.4.4. Pengaruh Kemudahan penggunaan, Kemanfaatan dan risiko Terhadap Minat Menggunakan e-Wallet**

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Permadi dkk. (2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mempergunakan dompet elektronik. Menurut Davis (1989), kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat ataupun kondisi di mana individu merasa bahwasanya saat mempergunakan sebuah sistem tertentu, mereka tak memerlukan kemampuan yang tinggi ataupun kompleks untuk mengoperasikannya. Dengan kata lain, pengguna bisa dengan mudah mengoperasikan sistem tersebut. Penggunaan dompet elektronik dianggap mudah sebab tak memerlukan uang tunai, dan juga memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam bertransaksi sehingga menghemat waktu.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat di kembangkan hipotesis sebagai berikut:

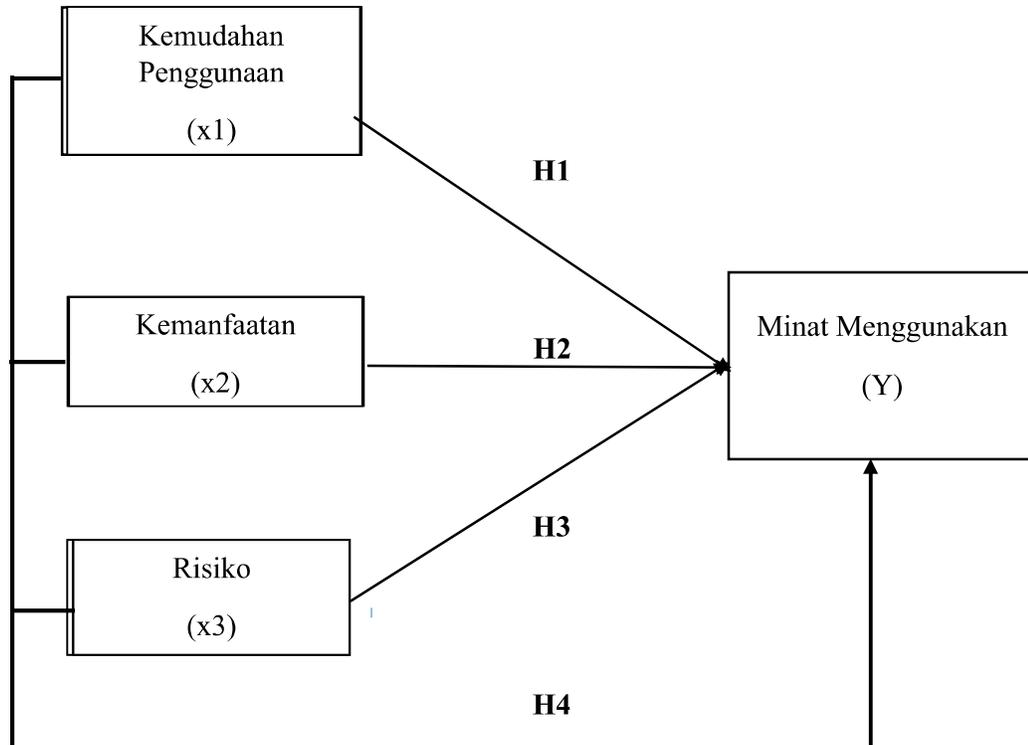
H4: Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Risiko Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menggunakan E Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam.

#### **2.5. Kerangka Penelitian**

Kerangka penelitian ini adalah dengan melihat adanya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet elektronik.

Kerangka penelitian ini adalah dengan melihat adanya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan terhadap minat

masyarakat mempergunakan dompet elektronik. Di luar kelebihan yang ditawarkan oleh dompet elektronik, tentu saja banyak orang yang beranggapan bahwa teknologi ini juga memiliki dampak dan risiko yang berhubungan dengan transaksi, namun tidak sedikit orang juga yang meyakini dan tetap menggunakan serta mengadopsi teknologi ini.



**Gambar 2.1.**Kerangka Pemikiran