

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar Penelitian

2.1.1 Electronic Wallet (*E-wallet*)

Dalam penelitian yang dilakukan Nugroho (2016), *E-wallet* diartikan sebagai metode pembayaran revolusioner yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui smartphone atau perangkat pintar lainnya, menggantikan kebutuhan akan dompet fisik.

Perspektif Hutami dan Septyarini (2018) menyebutkan bahwa *electronic wallet (E-wallet)* merujuk pada suatu "dompet" *virtual* atau rekening yang berisi dana di dalam suatu aplikasi daring, dirancang untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melaksanakan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. *E-wallet*, sebagai bentuk uang elektronik, menyajikan layanan yang memfasilitasi pengguna dalam menjalankan sistem pembayaran melalui teknologi *Quick Response Code (QR Code/QR Payment)*, *Near Field Communication (NFC)*, dan *One Time Password (OTP)*.(Afolo & Dewi, 2022a)

E-wallet merupakan suatu aplikasi atau layanan inovatif yang dirancang oleh bank untuk menyederhanakan proses transaksi atau pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Dengan keberadaan *E-wallet*, pengguna dapat mengurangi ketergantungan pada uang fisik, sekaligus menciptakan kesadaran masyarakat untuk beralih dari pembayaran tunai ke metode non tunai.

Beragam *E-wallet*, seperti Ovo, Go-Pay, Dana, dan LinkAja, dapat diunduh secara gratis melalui *Google Play Store* dan *App Store*. Melalui layanan transaksi daring ini, pengguna dapat dengan mudah melakukan pembelian tanpa perlu membawa sejumlah uang tunai, menjadikan dompet lebih ringan dan transaksi jual-beli lebih aman.(Rahmawati & Yuliana, 2020)

E-wallet tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga mendukung pengguna dengan saling memberikan manfaat. Meskipun *E-wallet* belum sepenuhnya merata, pelayanan ini mampu membangun kesadaran akan keuntungan penggunaannya, seperti yang diungkapkan oleh Utami (2019).(Rahmawati & Yuliana, 2020).

Menurut informasi yang dipresentasikan oleh Bank Indonesia (BI), sebanyak 38 *E-wallet* telah resmi mendapatkan lisensi. Seiring dengan maraknya penggunaan uang elektronik, transaksi melalui *E-wallet* di Indonesia mencapai puncaknya sebesar USD 1,5 miliar, setara dengan Rp 21 triliun (dengan kurs 1 USD = 14.222). Proyeksinya menunjukkan potensi pertumbuhan yang terus meningkat, memproyeksikan angka mencapai Rp 355 triliun pada tahun 2023.(Rahmawati & Yuliana, 2020)

Di tengah deretan pemain, aplikasi *E-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan tertinggi masih didominasi oleh para pemain lokal seperti Go-Pay, ShopeePay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius. Kesuksesan mereka menegaskan dominasi aktifitas *E-wallet* di tanah air, mencerminkan antusiasme dan kepercayaan masyarakat terhadap solusi pembayaran elektronik ini.(Rahmawati & Yuliana, 2020).

Salah satu bentuk *E-wallet* berbasis server yaitu *shopeepay*. *ShopeePay* adalah sebuah dompet digital yang dikembangkan oleh *Shopee*, platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara. *ShopeePay* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara digital dengan mudah dan aman. Melalui *ShopeePay*, pengguna dapat melakukan pembayaran di dalam platform *Shopee*, maupun di luar platform tersebut. Salah satu fitur utama *ShopeePay* adalah kemampuannya untuk menyimpan dan mengelola uang digital dalam akun pengguna. (Hanifah & Mukhlis, 2022)

Pengguna dapat mengisi saldo *ShopeePay* mereka melalui berbagai cara, termasuk transfer melalui mesin ATM, mobile banking, gerai ritel seperti Indomaret dan Alfamart, dan metode pembayaran online lainnya. Setelah saldo diisi, pengguna dapat langsung menggunakan *ShopeePay* untuk melakukan pembelian produk, membayar tagihan, atau mengirim uang kepada teman dan keluarga.

Pengguna *ShopeePay* juga dapat menikmati berbagai promo dan diskon yang ditawarkan oleh *Shopee*, seperti cashback, potongan harga, atau program loyalitas. Hal ini memberikan nilai tambah bagi pengguna dalam menggunakan *ShopeePay* sebagai metode pembayaran mereka. (Hanifah & Mukhlis, 2022b).

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) adalah suatu kerangka teori yang dirancang untuk memahami sejauh mana pengguna teknologi informasi menerima dan mengadopsi sistem teknologi baru. Seiring dengan perkembangan ini, *E-wallet*, sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan

Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 yang mengatur pelaksanaan pemrosesan transaksi pembayaran, merupakan suatu layanan elektronik yang bertujuan untuk menyimpan data instrumen pembayaran seperti kartu dan dana dalam konteks transaksi pembayaran.(Alfaris, 2023)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan hasil evolusi dari teori psikologis yang mengulas perilaku pengguna komputer, berfokus pada unsur-unsur keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna.

Model ini menafsirkan faktor sikap dan segala aspek perilaku pengguna dengan memanfaatkan dua elemen penting, yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Kedua karakteristik ini, kemudahan penggunaan dan kemanfaatan, menjadi fokus utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), ditempatkan sebagai landasan penting untuk memahami penerimaan dan adopsi teknologi oleh pengguna.(Khoiriyah et al., 2023)

2.2 Teori Variabel Y, X

2.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis et al. dalam penelitian yang dilakukan oleh Ardilla (2019), kemudahan merupakan salah satu aspek yang penting dalam mengukur kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi yang digunakan.(Inneke Angelina & Mashariono, 2020).

Menurut Irmadhani (2012), Persepsi Kemudahan Penggunaan merujuk pada tingkat keyakinan individu terhadap kemudahan dalam memahami dan

menggunakan teknologi. Kemudahan penggunaan membantu mengurangi upaya yang diperlukan seseorang, baik dalam hal waktu maupun tenaga, untuk belajar dan beradaptasi dengan sistem atau teknologi tertentu.

Dengan kata lain, jika teknologi dianggap mudah digunakan, individu akan lebih mudah dan efisien dalam menggunakannya tanpa perlu meluangkan banyak waktu atau energi untuk mempelajarinya.(Aulia & Suryanawa, 2019).

Konsep kemudahan mencakup kemampuan teknologi tersebut untuk digunakan dengan mudah dan dipahami tanpa adanya masalah atau kesulitan yang signifikan. Dalam konteks ini, kemudahan menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi dan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi.

Pengguna cenderung lebih condong menggunakan teknologi yang dianggap mudah digunakan dan memahami, karena hal ini memberikan rasa percaya dan meningkatkan kepuasan pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi tersebut. Oleh karena itu, dalam pengembangan teknologi, penting untuk memperhatikan aspek kemudahan agar dapat menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik.(Pernanda et al., 2019a).

2.2.2 Persepsi Keamanan

Keamanan dalam penggunaan uang elektronik, seperti uang elektronik, tentu memiliki risiko yang perlu diperhatikan. Risiko keamanan yang mungkin terjadi dalam penggunaan uang elektronik termasuk pencurian, duplikasi kartu asli, perubahan data atau aplikasi pada kartu asli, dan lain sebagainya.

Damghanian et al. (2016) mengemukakan bahwa keamanan dapat diukur melalui tiga dimensi, yaitu kredit, reliabilitas, dan privasi. Dimensi kredit

berkaitan dengan akurasi dan ketepatan waktu layanan, sedangkan dimensi reliabilitas berfokus pada keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan uang yang tersimpan. Sementara itu, dimensi privasi berkaitan dengan kepercayaan pengguna terhadap perlindungan informasi pribadi dan rasa aman dalam memberikan informasi tersebut.(Sari et al., 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Roca et al. pada tahun 2009, keamanan dalam konteks organisasi berbasis web juga melibatkan persepsi pembeli terhadap kemungkinan adanya pengumpulan dan penggunaan informasi pribadi secara tidak benar oleh organisasi tersebut.

Hal ini erat kaitannya dengan kekhawatiran yang timbul mengenai privasi dan keamanan data yang dapat dieksploitasi oleh organisasi tersebut. Sentimen yang muncul dari kekhawatiran ini menyoroti pentingnya menjaga privasi dan keamanan data pribadi dalam lingkungan digital.

Para pembeli merasa perlu untuk memiliki keyakinan bahwa informasi pribadi yang mereka berikan kepada organisasi berbasis web akan dikelola dengan baik dan tidak akan disalahgunakan. Mereka ingin memastikan bahwa informasi sensitif seperti alamat, nomor telepon, atau rincian keuangan mereka tidak akan jatuh ke tangan yang salah atau digunakan untuk kepentingan yang tidak diinginkan.(Pitura et al., 2022).

2.2.3 Persepsi Manfaat

Kemanfaatan adalah suatu konsep yang mengacu pada manfaat atau kegunaan yang dirasakan oleh seseorang terkait dengan penggunaan suatu produk, sistem, atau teknologi. Dalam konteks ini, kemanfaatan dapat dikatakan sebagai

keyakinan individu bahwa penggunaan suatu hal akan meningkatkan pencapaian kerjanya atau memberikan manfaat yang signifikan dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam teori dan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa pandangan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kemanfaatan. Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa kemanfaatan dirasakan ketika suatu sistem atau teknologi dapat mempercepat proses, meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerja, serta memberikan manfaat yang nyata bagi individu tersebut. Dalam hal ini, jika suatu produk atau sistem mampu mempercepat dan menyederhanakan tugas-tugas yang sebelumnya memakan waktu dan usaha, maka kemanfaatan akan dirasakan.

Selain itu, Wibowo (2008) mengidentifikasi dua dimensi kemanfaatan teknologi informasi, yaitu kegunaan (*usefulness*) dan efektivitas (*effectiveness*). Kegunaan mencakup aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, relevansi, dan kualitas hasil yang diperoleh. Dalam konteks ini, jika pengguna merasakan bahwa produk atau teknologi informasi membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, bermanfaat, dan meningkatkan produktivitas, maka kemanfaatan akan dirasakan. Sementara itu, efektivitas mengacu pada kemampuan produk atau teknologi dalam meningkatkan kinerja pekerjaan, baik dari segi kualitas, kecepatan, maupun hasil yang dicapai. (Hanifah & Mukhlis, 2022).

Dalam penelitian yang dilakukan, persepsi kemanfaatan dinilai dari sudut pandang produktivitas dalam mempermudah pekerjaan, memberikan manfaat yang dirasakan, dan efektivitas dalam mempercepat dan meningkatkan kinerja suatu kegiatan atau pekerjaan. Dengan demikian, kemanfaatan menjadi faktor

penting dalam penggunaan suatu produk atau teknologi, dan persepsi kemanfaatan akan berbeda-beda bagi setiap individu berdasarkan pengalaman dan kebutuhan masing-masing.

2.3 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik yang sama dapat dilihat sebagai berikut ini:

(Syukriyyah & Karyaningsih, 2023) dengan judul Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan *E-wallet Shopeepay* Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang dan mendapatkan hasil yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

(Khoiriyah et al., 2023) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* Pada Aplikasi Dana dan mendapatkan hasil yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan Dana dan mendapatkan hasil persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, dan persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

(Pernanda et al., 2019) dengan judul Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan *Cashback*, terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan *E-wallet* dan mendapatkan hasil yaitu persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persentase konsumsi mahasiswa menggunakan *e-wallet*, dan

persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap persentase konsumsi mahasiswa menggunakan *e-wallet*.

(Mawardani & Dwijayanti, 2021) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital *Shopeepay* Pada Aplikasi *Shopee* dan mendapatkan hasil yaitu persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan dompot digital (*e-wallet*) *ShopeePay* pada aplikasi *Shopee*.

(Pitura et al., 2022) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet Shopeepay* Di Kalangan Generasi Millenial dan mendapatkan hasil yaitu persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet ShopeePay*, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet ShopeePay*.

(Rahmawati & Yuliana, 2020) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng dan mendapatkan hasil yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

(Hanifah & Mukhlis, 2022) dengan judul Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri

Malang Menggunakan Layanan *Shopeepay*: Pendekatan *Technology Acceptance Model*. Mendapatkan hasil yaitu kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *ShopeePay*.

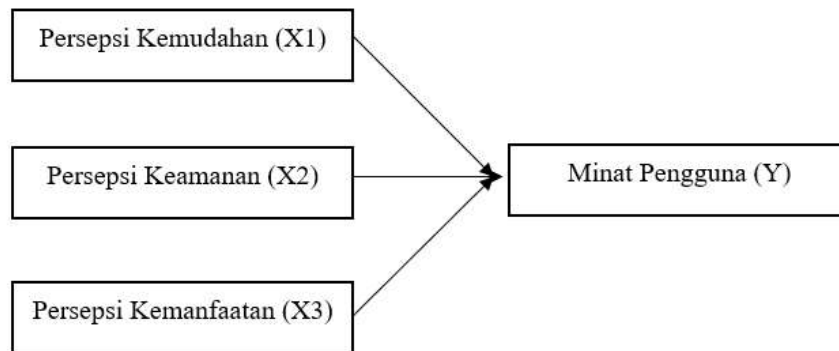
(Sari et al., 2020) dengan judul Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* dan mendapatkan hasil yaitu persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-wallet*, persepsi kemanfaatan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dan persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

(Azzahra & Supriyadi, 2022) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Sebagai Sistem Pembayaran dan mendapatkan hasil yaitu persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dana, dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dana.

(Afolo & Dewi, 2022) dengan judul Minat Mahasiswa Akuntansi UNTRIM Sebagai Pengguna *E-Wallet* Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan mendapatkan hasil yaitu persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet*, dan persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet*.

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 3 variabel berupa Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kemanfaatan menjadi variabel independent dengan variabel dependen yaitu Minat Pengguna. Maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran berdasarkan penelitian yang akan dikembangkan, yaitu:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Davis pada tahun 1989, persepsi kemudahan penggunaan dapat dijelaskan sebagai tingkat kepercayaan pengguna terhadap kebebasan dari upaya yang sulit saat menggunakan suatu sistem. Persepsi ini mencerminkan pandangan bahwa penggunaan sistem tidak memerlukan usaha yang berat.

Persepsi kemudahan penggunaan juga mencerminkan pandangan bahwa waktu dan sumber daya bisnis seseorang adalah terbatas, dan mereka harus mengalokasikan sumber daya tersebut ke berbagai aktivitas, termasuk konsumsi.

Dalam konteks ini, kemudahan penggunaan menjadi penting karena pengguna ingin memastikan bahwa penggunaan suatu sistem tidak memakan banyak waktu dan usaha yang bisa dialokasikan untuk kegiatan lainnya. (Pernanda et al., 2019a).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) dan Latief, Dirwan, & Idris (2021) juga menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki dampak signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan *ShopeePay*. Faktor kemudahan penggunaan *ShopeePay* memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menggunakannya di mana pun tanpa mengalami hambatan yang signifikan. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

*H*₁: Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *ShopeePay*.

2.4.2 Pengaruh persepsi keamanan pengguna

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ericaningtyas & Minarso, 2021), persepsi keamanan mencerminkan tingkat keyakinan seseorang atau pengguna terhadap keamanan penggunaan suatu teknologi. Dalam konteks penggunaan *E-wallet*, terdapat tiga indikator penting yang mempengaruhi persepsi keamanan dan risiko penggunaan *E-wallet*.

Pertama, penggunaan *E-wallet* dianggap memiliki risiko tinggi. Hal ini mengacu pada persepsi pengguna bahwa penggunaan *E-wallet* dapat menyebabkan kerugian atau ancaman keamanan yang signifikan. Pengguna mungkin memiliki kekhawatiran terkait dengan kebocoran data, penipuan, atau penggunaan yang tidak sah yang dapat terjadi saat menggunakan *E-wallet*.

Kedua, transaksi yang dilakukan melalui *E-wallet* dianggap tidak aman. Pengguna mungkin merasa ragu dan tidak percaya terhadap keamanan proses transaksi yang dilakukan melalui *E-wallet*. Mereka mungkin khawatir bahwa informasi pribadi atau keuangan mereka dapat disalahgunakan atau dicuri selama proses transaksi.

Ketiga, pengguna juga merasa khawatir bahwa saldo *E-wallet* mereka dapat berkurang tanpa sebab. Ini mencerminkan kekhawatiran pengguna terhadap kemungkinan adanya kesalahan atau kebocoran dalam sistem *E-wallet* yang dapat menyebabkan pengurangan saldo tanpa alasan yang jelas.

Dalam menghadapi indikator-indikator ini, penyedia layanan *E-wallet* harus berupaya membangun kepercayaan pengguna dengan menyediakan sistem yang aman, transparan, dan dapat diandalkan. Mereka perlu mengimplementasikan langkah-langkah keamanan yang kuat dan memberikan jaminan bahwa informasi pribadi dan transaksi pengguna akan dilindungi dengan baik. Dengan demikian, persepsi keamanan pengguna terhadap *E-wallet* dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan *E-wallet*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pitura et al., 2022a) menyimpulkan bahwa persepsi keamanan penggunaan memiliki dampak signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan *ShopeePay*. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *ShopeePay*.

2.4.3 Pengaruh persepsi manfaat penggunaan

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan kepercayaan individu terhadap manfaat yang akan diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, di mana pengguna yakin bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam konteks sistem informasi, persepsi manfaat mencerminkan sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem informasi dapat meningkatkan kinerja mereka. Persepsi manfaat ini mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan atau tidak menggunakan sistem informasi.

Jika pengguna merasa bahwa sistem informasi tidak terlalu berguna, maka mereka cenderung enggan untuk menggunakannya. Namun, jika pengguna percaya bahwa sistem informasi akan memberikan manfaat yang signifikan, maka mereka akan lebih mungkin untuk mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut. (Ericaningtyas & Minarso, 2021).

Dengan demikian, persepsi manfaat yang positif terhadap penggunaan dompet elektronik dapat menjadi motivasi bagi pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan metode pembayaran ini. Mereka percaya bahwa penggunaan dompet elektronik akan memberikan keuntungan dan meningkatkan efisiensi dalam transaksi keuangan mereka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khoiriyah et al., 2023a) menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan *ShopeePay*. Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *ShopeePay*.