

BAB II

TUJUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Setiawan dan Setyawati (2020) yang berjudul pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan pembayaran seluler: sikap terhadap penggunaan sebagai penengah. Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh kemudahan terhadap niat menggunakan pembayaran seluler dengan sikap sebagai penengah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kemudahan sebagai variabel independen dan niat menggunakan sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan. Sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.

Rahardjo, dkk (2020) yang berjudul analisis niat dan penggunaan keuangan teknologi (kasus uang elektronik). Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan niat terhadap perilaku penggunaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan niat sebagai variabel independen dan perilaku penggunaan sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, dan kebiasaan merupakan faktor yang mempengaruhi niat dan penggunaan *e-money*. Motivasi hedonis dan nilai harga tidak mempengaruhi niat perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *financial technology* adalah suatu keharusan dan tidak tergantung pada motivasi pengguna atau harga dari teknologi tersebut.

Setiawan, dkk (2020) yang berjudul pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, risiko terhadap minat dan penggunaan *financial technology (fintech)* dengan minat sebagai variabel mediasi. Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh kemudahan, efektivitas, dan resiko terhadap penggunaan *fintech* dengan minat sebagai variabel mediasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kemudahan, efektivitas, dan risiko sebagai variabel independen dan penggunaan *fintech* sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *fintech*. Sedangkan efektivitas dan resiko berpengaruh positif terhadap penggunaan *fintech*.

Purwanto, dkk (2020) yang berjudul iklan online naratif sebagai variabel eksternal dalam pengembangan model penerimaan teknologi *Go-Pay* untuk milenial. Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh iklan, kegunaan, kemudahan, dan sikap terhadap penggunaan *Go-Pay*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu iklan, kegunaan, kemudahan, dan sikap sebagai variabel independen dan penggunaan *Go-Pay* menggunakan sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa *Narrative Online Advertising* berpengaruh positif terhadap *Perception of Ease of Use*, namun tidak berpengaruh terhadap *Perception of Benefit*. Pada saat yang sama, faktor tersebut secara positif mempengaruhi sikap dan niat untuk mengadopsi *Go-Pay*.

Nangin, dkk (2020) yang berjudul pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi pada kepercayaan dan implikasinya tentang adopsi *fintech*. Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terhadap kepercayaan tentang *fintech*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi sebagai variabel independen dan kepercayaan tentang *fintech* sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil kemudahan penggunaan yang dirasakan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Sementara itu, keamanan tidak secara signifikan mempengaruhi kepercayaan.

Ambarwati (2019) yang berjudul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *Go-Pay*. Penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap penggunaan *Go-Pay*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu manfaat, kemudahan dan kepercayaan sebagai variabel independen dan keputusan penggunaan *Go-Pay* sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*. Sedangkan kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*.

Paath dan Manurung (2019) yang berjudul analisis persepsi pengguna layanan transaksi digital terhadap *financial technology (fintech)* dengan model *e-money*. Penelitian tersebut meneliti tentang persepsi pengguna terhadap layanan *fintech* dengan studi kasus pada *Go-Pay*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kegunaan, keandaan, fungsionalitas, dan efisiensi sebagai variabel independen dan penggunaan *fintech e-money Go-Pay* sebagai variabel dependen.

Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa kegunaan dan keandalan berpengaruh terhadap penggunaan *fintech e-money Go-Pay*. Selain itu, fungsionalitas dan efisiensi juga berpengaruh terhadap penggunaan *fintech e-money Go-Pay*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penggunaan variabel independen dan dependen. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Setyawati (2020), Setiawan, dkk (2020), Purwanto, dkk (2020), Nangin, dkk (2020), Ambarwati (2019) sama-sama menggunakan variabel independen kemudahan penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2019) sama-sama menggunakan variabel independen kepercayaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo, dkk (2020) sama sama menggunakan variabel independen kebiasaan. Sedangkan perbedaan antara penelitian sebelumnya

dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian dan periode yang digunakan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Salah satu teori mengenai penggunaan teknologi adalah model *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989). TAM merupakan teori yang menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. TAM diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM dikembangkan dari sebuah teori psikologis yang menjelaskan perilaku penggunaannya berawal dari kepercayaan, sikap, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna. TAM menganggap penggunaan teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi yaitu kemudahan penggunaan dan manfaat. Model TAM menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan lebih menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi yang dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat.

2.2.2. Penggunaan Aplikasi *Fintech Payment Go-Pay*

Nizar (2017) *fintech* merupakan suatu bentuk inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan jasa layanan keuangan. Davis (1989) penggunaan sistem (actual system usage) adalah kondisi nyata penggunaan sebuah sistem teknologi informasi yang merupakan bentuk pengukuran terhadap seberapa sering dan

lamanya waktu penggunaan teknologi. Venkatesh (2012) proses konsumen mengenali kebutuhan mereka, mencari alternatif solusi, memilih dan merasakan manfaat *e-money*, dan mengevaluasi hasil pengalaman menggunakan *e-money* sebagai produk *fintech*.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *fintech* merupakan sebuah inovasi pada industri jasa keuangan dengan memanfaatkan teknologi yang dapat memfasilitasi masyarakat untuk melakukan transaksi, dan kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan sebuah teknologi berkaitan dengan sejauh mana mereka percaya bahwa teknologi akan bermanfaat atau bermanfaat dalam hal membantu melaksanakan pekerjaannya dengan lebih baik.

Macam-macam *fintech* menurut Bank Indonesia:

- a. *Fintech payment*, contoh: *Go-Pay*, *OVO*, *Dana*
- b. *Fintech crowdfunding and P2P Lending*, contoh: *Pinjam.co*, *Credivo*
- c. *Fintech agregator*, contoh: *CekAja*, *Cermati*
- d. *Fintech Risk and Investment Management*, contoh: *Financialku*

Go-Pay merupakan uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi Gojek. *Go-pay* memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi dengan memanfaatkan teknologi. *Go-Pay* memberikan keuntungan yaitu dapat bertransaksi dengan mudah, hemat waktu, dan banyak bonus. *Go-Pay* bisa digunakan untuk melakukan pembayaran melalui layanan di aplikasi Gojek, toko rekan usaha *Go-Pay*, dan transaksi keuangan lainnya. Selain itu, *Go-Pay* juga memberikan keamanan

bagi penggunaanya dengan panduan keamanan, teknologi PIN/sidik jari/pindai wajah setiap bertransaksi, dan jaminan saldo kembali.

2.2.3. Kemudahan Penggunaan

Dalam teori *Technology Acceptance Model*, Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Jogiyanto (2007:115) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Suyanto dan Kurniawan (2019), kemudahan yang dirasakan penggunaannya didasarkan pada sejauh mana pengguna dapat yakin bahwa sistem yang digunakan mudah digunakan. Arsanti dan Yuliasari (2018) faktor pribadi, seperti persepsi individu, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, dapat memprediksi niat untuk menggunakan TI.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.2.4. Kepercayaan

Kepercayaan dalam teori *Trust Based Customer*, Kim dkk (2008) mendefinisikan kepercayaan merupakan strategi penting untuk menghadapi masa depan yang tidak pasti dan tidak terkendali. Moorman dkk (2010) kepercayaan adalah pernyataan antara kedua belah pihak dalam suatu hubungan. Salah satu pihak berperan sebagai controlling asset (penyedia produk atau jasa) dan pihak lain adalah sebagai pengguna yang meyakini adanya manfaat dari produk jasa. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa konsumen percaya terhadap keandalan pihak penyedia online yang dapat menjamin keamanan saat bertransaksi *online*.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Dalam kemudahan yang di dapatkan dari sebuah teknologi pasti diiringi dengan resiko yang mungkin terjadi, oleh karena itu, faktor kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Sehingga semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap layanan *Go-Pay* akan meningkatkan penggunaannya karena tidak menimbulkan rasa khawatir dari penggunanya sehingga akan membentuk citra yang baik bagi *Go-Pay*.

2.2.5. Kebiasaan

Kebiasaan dalam teori *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* Venkatesh dkk (2012) kebiasaan atau habit didefinisikan sebagai

sejauh mana orang cenderung melakukan sesuatu secara otomatis sebagai bentuk dari pembelajaran dan pengalaman sebelumnya dalam penggunaan teknologi. Kebiasaan adalah sesuatu yang biasa dikerjakan dan sebagainya, pola untuk melakukan tanggapan terhadap situasi tertentu yang dipelajari oleh seorang individu dan yang dilakukannya secara berulang untuk hal yang sama (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan kebiasaan atau pola hidup seseorang akan mempengaruhi penggunaannya terhadap suatu teknologi. Dengan adanya *fintech* akan mempengaruhi kebiasaan masyarakat sehingga menjadi lebih mudah, praktis, efektif, dan efisien dalam bertransaksi.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*

Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakan suatu teknologi. Semakin mudah penggunaan aplikasi *Go-Pay* maka semakin memingkat penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Setiawan dan Setyawati (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan. Penelitian lain dilakukan oleh Ambarwati (2019) yang

menunjukkan hasil yang sama bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*.

2.3.2. Pengaruh kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*

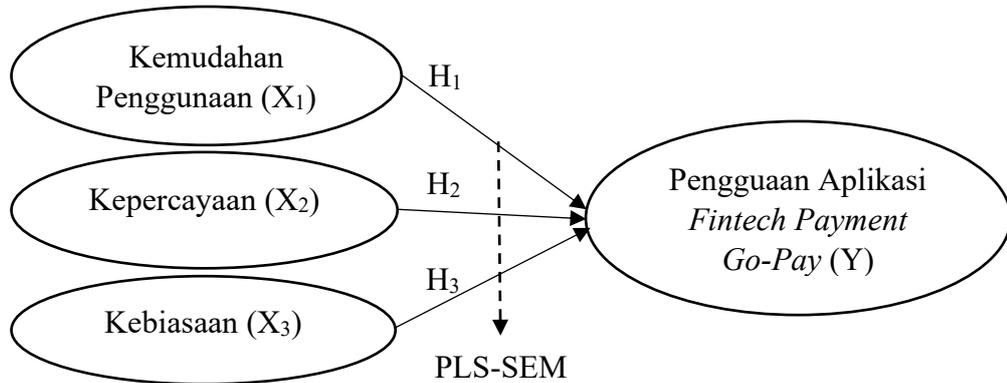
Kepercayaan merupakan hubungan antara 2 pihak. Kepercayaan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses antara teknologi dan penggunanya. Kepercayaan menjadi hal yang penting karena *Go-Pay* menyimpan data pengguna, sehingga dengan jaminan keamanan diharapkan akan meyakinkan pengguna dengan memiliki rasa kepercayaan kepada aplikasi *fintech payment Go-Pay*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati (2019) yang menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*.

2.3.3. Pengaruh kebiasaan terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*

Kebiasaan merupakan pola hidup seseorang yang akan mempengaruhi pengguna terhadap suatu teknologi. Dengan adanya *fintech* akan mempengaruhi kebiasaan masyarakat sehingga menjadi lebih mudah, praktis, efektif, dan efisien dalam bertransaksi. Jika seseorang mempunyai kebiasaan berbelanja online, maka akan meningkatkan penggunaan *Go-Pay*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo, dkk (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kebiasaan merupakan faktor yang mempengaruhi niat dan penggunaan *e-money*.

2.4. Kerangka Pikiran

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir



Sumber: Peneliti (2022)

2.5. Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kerangka pikiran, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut bahwa:

H₁: Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*.

H₂: Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*.

H₃: Kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *fintech payment Go-Pay*.