

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun hasil-hasil penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Atriani, Lalu Adi Permadi, Baiq Handayani Rinuastuti pada tahun 2020 dalam (JSEH) Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora Vol 6 Nomor 1 Juni 2020, Hal. 54-61. Penelitian dilakukan di kota Mataram Juni 2020 terhadap individu yang berminat transaksi menggunakan ovo. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat terhadap minat menggunakan dompet digital OVO. Penelitian berjenis asosiatif dan metode pengumpulan data menggunakan nonprobability sampling untuk menentukan sampel sebanyak 100 (seratus) responden. Metode pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda dan menghasilkan hasil penelitian berupa variabel manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO. Selain itu, faktor kemudahan tampilan juga mempengaruhi minat pengguna dan konsumen merasa senang ketika menggunakan dan disarankan untuk gencar memberikan promo dan diskon untuk menarik minat konsumen menggunakan dompet digital OVO.

Penelitian kedua dilakukan oleh Junita Fadhillah Sigar pada tahun 2016 dalam jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 4, No. 2, Hal. 498-507. Penelitian ini dilakukan di kota Manado, yang bertujuan untuk menganalisa bagaimana hubungan dan pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* terhadap *intention to use* khususnya pada pengguna uang elektronik di Manado. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang dibagikan kepada 60 (enam puluh) responden yang dipilih dengan metode *convenience sampling* untuk pengumpulan datanya serta menggunakan teknik analisis kuantitatif dan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini yaitu menghasilkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan

perceived usefulness dan *perceived enjoyment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra pada tahun 2019 dalam E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.27, No.2, Mei 2019, p 927 – 953. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, yang bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik pada mahasiswa reguler sore angkatan 2015. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan membagikan kuesioner kepada 100 (seratus) responden dengan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *insidental sampling*. Hasil dari penelitian ini didapati bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Sulistyio Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati pada Juli 2017 dalam Jurnal BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting, Vol. 14, No. 2, Juli 2017, hal. 29-41. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan dan keamanan terhadap minat mahasiswa stie AD menggunakan emoney. Penelitian ini dilakukan di Jakarta dan berjenis deskriptif-kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 (seratus) orang mahasiswa STIE AD. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan skala likert dan pengujian menggunakan software SPSS. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan emoney dengan nilai sig. $0,525 > 0,05$. Sedangkan variabel kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan emoney dengan nilai sig. $0,000 > 0,05$ dan $0,036 > 0,05$.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Damayanti Octavia dan Muhammad Damar Hafizh pada tahun 2019 dalam Jurnal Manajemen Indonesia Vol 19, No.1, Hal 1-9, 2019. Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan E-payment. Faktor-faktor tersebut adalah: Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner online google form kepada sampel sebanyak 401 (empat ratus satu) responden yang merupakan pengguna Kartu Kredit dan Kartu Debit. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengolahan data yang didapat lalu diolah dengan software statistik IBM SPSS Versi 25. Hasil dari penelitian ini berupa tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen e-payment dapat dikategorikan baik tiap variabelnya serta tanggapan responden terhadap persepsi konsumen mengenai e-payment termasuk pada kategori sangat baik. Hasil uji pengaruh variabel bebas yaitu: Manfaat, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu persepsi konsumen mengenai e-payment secara simultan maupun parsial. Namun secara parsial, variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen mengenai e-payment.

Penelitian keenam dilakukan oleh Edison Wazoel Lubua dan Adam Semlambo pada Desember 2017 dalam *Information Technologist (The)*, Vol. 14, No. 2, Hal. 131-141. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan untuk adopsi layanan uang mobile oleh UKM di Dar es Salaam, Tanzania. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden berjumlah 140 (seratus empat puluh) orang. Hasil dari penelitian ini secara umum, manfaat finansial yang dirasakan, kenyamanan dengan langkah-langkah transaksi dan kualitas dukungan pengguna mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan uang seluler oleh pemilik UKM.

Penelitian ketujuh yang dilakukan Ernita Oktiviana Safitri, Yusi Tyroni Musityo, Niken Hendrakusma Wardhani pada Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol. 3, No. 8, Agustus 2019, hlm. 8184-8189. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku penggunaan OVO pada pengaruh pengguna. Beberapa variabel yang digunakan adalah *perceived compability*, *perceived ease to use*, *perceived usefulness*, *individual mobility*, *perceived security*, *subjective norm* dan *intention to use*. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna ovo yang diketahui dari hasil pengguna yang sudah mengunduh aplikasi

Ovo. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara online kepada 100 (seratus) responden. Hasil dari penelitian ini diperoleh perceived compability yang tidak berpengaruh cukup besar pada perilaku pengguna OVO dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,294. Sedangkan variabel yang perceived ease to use, perceived usefulness, perceived security, individual mobility, subjective norm dan attitude towards sangat berpengaruh cukup besar pada intention to use dikarenakan t hitung lebih kecil dari t tabel.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Alhanoof Fahad Alyabes dan Othman Alsalloum pada *European Journal of Business and Management*, Vol.10, No.27, Hal. 36-45, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor persepsi konsumen tentang pembayaran elektronik. Factor-faktor tersebut yaitu manfaat, kemudahan penggunaan, *self-efficacy*, kepercayaan dan keamanan. Penelitian ini dilakukan di Saudi Arabia. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 229 (dua ratus dua puluh sembilan) responden. data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda, dan diolah dengan program SPSS menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan penggunaan, dan *self-efficacy* mempengaruhi persepsi konsumen Saudi tentang sistem pembayaran elektronik, sementara kepercayaan dan keamanan tidak secara signifikan terkait dengan persepsi konsumen tentang pembayaran elektronik.

Penelitian kesembilan yang dilakukan oleh Zuroni Md Jusoh dan Teng Yee Jing pada *Journal of Education and Social Sciences*, Vol. 12, Issue 2, Hal. 8-22, Feb 2019. Penelitian bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap niat untuk mengadopsi pembayaran elektronik di kalangan mahasiswa Universitas Putra Malaysia (UPM). Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 (dua ratus) responden yaitu siswa UPM. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan ($r = 0,620$, $p = 0,000$), norma subyektif ($r = 0,269$, $p = 0,000$) dan *self-efficacy* ($r = 0,264$, $p = 0,000$) berhubungan signifikan dengan niat untuk mengadopsi pembayaran elektronik di kalangan siswa UPM. Sementara itu, niat untuk mengadopsi pembayaran elektronik memiliki efek positif yang kuat pada penggunaan sebenarnya pembayaran elektronik ($r = 0,708$, $p = 0,000$).

Penelitian kesepuluh yang dilakukan oleh Didin Elok Parastiti, Imam Mukhlis, Agung Haryono pada JESP, Vol. 7, No 1, Hal. 75-82. Penelitian ini dilakukan pada Maret 2015, bertujuan untuk menggambarkan minat siswa tentang penggunaan uang elektronik BRIZZI. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode atau pendekatan studi kasus. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara kepada mahasiswa sebagai responden dan Funding Officer dari Bank Rakyat Indonesia Cabang Martadinata Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KTM (Kartu Identitas Mahasiswa) terintegrasi tidak meningkatkan penggunaan uang elektronik BRIZZI di kalangan siswa. Minat siswa terhadap penggunaan uang elektronik BRIZZI sebagai alat pembayaran masih sangat rendah.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Uang Elektronik

Uang elektronik menurut *Report On Electronic Money* dalam Hendarsyah (2016:3), yaitu sebuah token moneter elektronik yang memiliki perangkat teknis berisi nilai dan dapat digunakan secara luas, digunakan untuk pembayaran suatu usaha ataupun untuk keperluan lainnya, tanpa harus melibatkan kartu rekening bank dalam transaksinya, namun bertindak sebagai instrumen pembayarannya.

Uang elektronik atau *electronic money* sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut ini.

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *chip* atau *server*.
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Nilai Uang Elektronik menurut PBI NOMOR 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, yaitu nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu server maupun chip dan dapat dipindahkan guna kepentingan transaksi pembayaran ataupun transfer dana.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.11/11/PBI/2009, Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) adalah alat pembayaran yang meliputi kartu kredit, kartu debit, dan juga ATM. Perbedaan pokok antara uang elektronik dan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dilihat dalam hal status konsumen. Konsumen APMK diwajibkan menjadi nasabah bank yang bersangkutan, sehingga nasabah harus punya rekening tabungan terlebih dahulu untuk mendapatkan kartu kartu debit, ATM, dan kartu kredit (Savira, 2019:1070). Berbeda dengan konsumen APMK, konsumen uang elektronik tidak perlu menjadi nasabah bank terlebih dahulu, sehingga konsumen dapat langsung membeli uang elektronik melalui pihak penerbit yaitu bank atau perusahaan telekomunikasi.

Sedangkan dalam Herdyansyah (2016:8), perbedaan uang elektronik dan APMK yaitu, nilai uang tercatat dalam instrument media uang elektronik, sedangkan APMK tidak ada pencatatan pada instrument kartu. Dana pada uang elektronik sepenuhnya berada dalam penguasa pemegang, sedangkan dana pada APMK berada dalam penguasaan bank. Transaksi pembayaran uang elektronik dilakukan secara *offline* ke penerbit, sedangkan APMK dilakukan secara *online* ke penerbit.

Pembayaran menggunakan uang elektronik tidak selalu membutuhkan proses otorisasi sebelum menggunakannya karena pada uang elektornik tersebut telah terekam sejumlah nilai uang, sehingga artinya seseorang yang memiliki uang elektronik sama dengan memiliki uang tunai, namun nilai uangnya telah diubah atau dikonversi dalam bentuk data elektronis pada *device* atau instrument yang digunakan.

2.2.2. Sejarah uang elektronik

Dilansir dalam laman Tribunnews Belitung, awal mula uang elektronik dimulai pada tahun 1860-an dimana Western Union memperkenalkan *Electronic Funds*

Transfer (EFT), dimana menandai dimulainya era uang elektronik. Di Indonesia awal mula uang elektronik terjadi pada tahun 2007 saat salah satu bank swasta menerapkan uang elektronik yaitu Flazz BCA yaitu sebuah produk uang elektronik berbentuk kartu yang bisa digunakan melakukan transaksi atau pembayaran digital sebagai pengganti transaksi tunai, seperti membayar jalan tol, angkutan umum, pembayaran parkir, foodcourt, dll, yang dikeluarkan oleh Bank BCA.

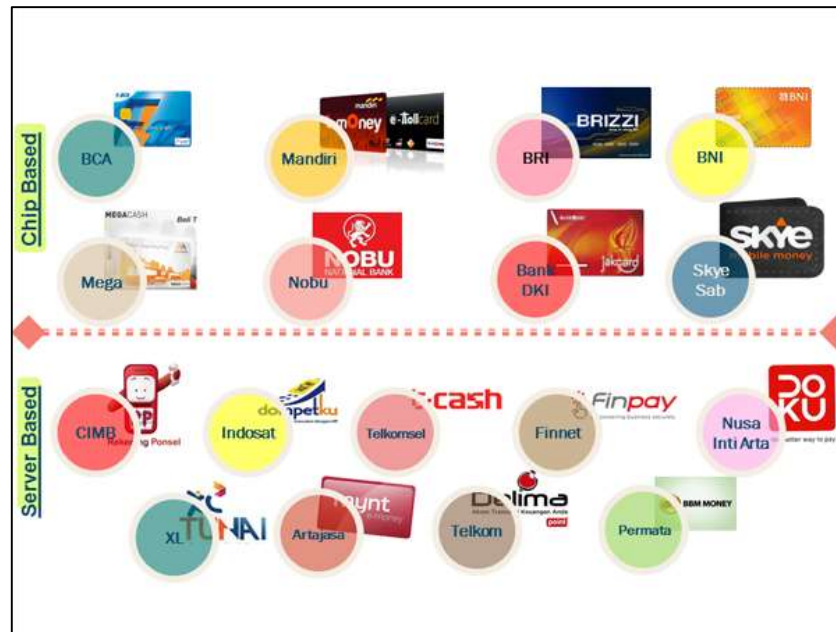
Semakin maraknya penggunaan uang elektronik di Indonesia, membuat penyedia layanan uang elektronik bertambah pesat baik korporasi BUMN maupun penyedia swasta untuk mengembangkan uang elektronik. Hingga saat ini sudah terdaftar sebanyak 49 (empat puluh sembilan) penyelenggara uang elektronik berbentuk kartu maupun aplikasi yang ada di Indonesia yang akan dijabarkan pada sub-bab 2.2.2.8.

2.2.3. Tipe produk uang elektronik

Produk uang elektronik terdiri dari dua tipe jika dilihat dari media yang digunakan (PBI No 20 Pasal 3 Ayat (2) Tahun 2018), yaitu:

1. *Prepaid card/electronic purse*/kartu prabayar, yang memiliki karakteristik berikut:
 - a) Nilai uang dikonversi menjadi nilai elektronis dan disimpan dalam suatu *chip* yang tertanam pada kartu.
 - b) Mekanisme pemindahan nilai atau dana dilakukan dengan cara memasukan kartu ke suatu alat card reader.
2. *Prepaid software* atau disebut juga dengan uang digital, yang memiliki karakteristik berikut:
 - a) Nilai uang dikonversi menjadi nilai elektronis dan disimpan dalam suatu hard disk computer.
 - b) Mekanisme pemindahan dana dilakukan secara online melalui suatu jaringan komunikasi seperti internet saat melakukan pembayaran.

Setelah ini akan ditampilkan tipe produk uang elektrik pada gambar 2.1:



Sumber: <https://medium.com/@ariessantoso/masuk-ke-dunia-cashless-e-money-dan-apa-yang-terjadi-di-belakang-41569bb67ed2> (diakses pada 11 Mei 2020)

Gambar 2.1. Uang Elektronik berbasis Chip dan Server

2.2.4. Jenis-Jenis Uang Elektronik

Terdapat 2 (dua) jenis uang elektronik bila dilihat berdasarkan tercatat atau tidak tercatatnya identitas pemegang uang elektronik (Azizi, 2019:16), yaitu:

- 1) Uang elektronik *registered*, yaitu uang elektronik yang pemegangnya harus mendaftarkan identitasnya terlebih dahulu sebelum dapat menggunakan uang elektronik kepada penerbit uang elektronik. Penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabahnya terlebih dahulu dalam menerbitkan uang elektronik.
- 2) Uang elektronik *unregistered*, yaitu uang elektronik yang nasabahnya tidak perlu mendaftarkan identitasnya terlebih dahulu kepada penerbit uang elektronik.

Pencatatan data identitas dilakukan oleh penerbit dengan menyediakan sarana berupa formulir yang harus diisi oleh calon pemegang, diperuntukkan bagi calon pemegang yang baru pertama kali mengajukan sebagai pemegang, setidaknya pencatatan menyantumkan nama, tempat tanggal lahir ataupun alamat yang tertera pada bukti identitas pemegang (Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/11/DASP - Uang Elektronik).

Penerbit uang elektronik jenis *registered* memberikan fasilitas kepada pemegangnya yaitu (Hendarsyah, 2016:4):

- Registrasi oleh pemegang;
- Bisa ditop-up atau diisi ulang;
- Bisa digunakan untuk pembayaran tagihan;
- Bisa untuk pembayaran pembelian;
- Dapat ditarik tunai;
- Bisa transfer dana ke pemegang lain;
- Sebagai penyaluran dalam program bantuan pemerintah kepada masyarakat, missal, KJP;
- Dan fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

Penerbit uang elektronik jenis *Unregistered* kepada pemegang, berupa:

- Bisa diisi ulang atau *top-up*;
- Untuk pembayaran transaksi pembelian;
- Untuk pembayaran tagihan;
- Dan fasilitas lainnya yang disetujui Bank Indonesia.

Dalam Hendarsyah (2016:4), dilihat dari masa berlakunya, uang elektronik dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

- 1) *Reloadable*, yaitu uang elektronik yang bisa diisi ulang atau *top-up* kembali. misalnya, ketika nilai dalam uang elektronik itu telah habis maka pemegang dapat mengisi ulang kembali tanpa harus memiliki yang baru agar dapat digunakan.
- 2) *Disposable*, yaitu uang elektronik yang tidak bisa diisi ulang kembali. Artinya jika nilai atau saldo yang dalam uang elektronik telah habis maka pemegang tidak bisa menggunakannya kembali dan harus memiliki yang baru.

2.2.5. Jenis Transaksi Pada Uang Elektronik

Secara umum, jenis-jenis transaksi dalam menggunakan uang elektronik adalah sebagai berikut (Azizi, 2019:18):

1) Penerbitan (*issuance*) dan Pengisian Ulang (*top-up*)

Penerbit bisa mengisi nilai uangnya terlebih dahulu kedalam media uang elektroniknya sebelum media elektronik tersebut dijual kepada calon pemegang. Yang kemudian si pemegang media elektronik tersebut bisa mengisi ulangnya sendiri secara mandiri dengan berbagai cara, misalnya dengan menyetorkan uang tunai, mendebitkan uang dari rekening bank, atau dari tempat-tempat khusus yang disediakan oleh penerbit yang dilengkapi dengan peralatan khusus.

2) Transaksi Pembayaran

Transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik yaitu kegiatan pertukaran nilai uang dalam data media elektronik dengan sejumlah barang yang dilakukan oleh pemegang uang elektronik dengan pedagang sesuai dengan prosedur yang berlaku.

- a. Transfer, yaitu sebuah fasilitas berupa kegiatan pemindahan sejumlah dana dari pemegang uang kepada si penerima yang dikehendaki pengirim melalui sarana media uang elektronik.
- b. Tarik tunai, yaitu sebuah fasilitas yang diberikan kepada pemegang uang elektronik untuk mencairkan sejumlah dananya yang tersimpan di media uang elektronik miliknya, kapanpun ia butuhkan.
- c. *Refund* atau *Redeem*, yaitu fasilitas yang disediakan oleh penerbit kepada pemegang berupa pengembalian atau penukaran kembali sejumlah uang yang mungkin tidak jadi terpakai ataupun yang masa berlakunya telah habis, ataupun *redeem* yang diibaratkan penukaran poin atau *reward* atas pemakaian uang elektronik dengan beragam promo menarik yang diberikan oleh penerbit.

2.2.6. Batas nilai uang elektronik

Batas nilai uang untuk *Registered* dan *Unregistered* yang telah ditetapkan oleh PBI No 20 Pasal 45 Ayat (1) 2018 tentang Uang Elektronik, adalah sebagai berikut:

1. Untuk jenis uang elektronik *unregistered* atau tidak terdaftar paling banyak sebesar Rp 2.000.000 (dua juta rupiah).

2. Untuk jenis uang elektronik *registered* atau terdaftar paling banyak adalah sebesar Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah).

Sementara itu, batas nilai transaksi untuk kedua jenis uang elektronik tersebut dalam satu bulan untuk setiap uang elektronik ditetapkan secara keseluruhan paling banyak adalah Rp 20.000.000 (dua puluh juta), yang meliputi transfer dana, transaksi pembayaran, dan fasilitas transaksi lain yang disediakan penerbit.

2.2.7. Peraturan yang mengatur uang elektronik

Sistem pembayaran dengan uang elektronik di Indonesia diatur oleh:

- 1) Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- 2) Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (Electronic Money).

2.2.8. Fungsi atau manfaat uang elektronik

Penggunaan Uang Elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.
- b. Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (receh).
- c. Sangat digunakan untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, tol dan fast food.

2.2.9. Keunggulan Dan Kelemahan Penggunaan Uang Elektronik

Sebagai pengguna atau pemegang uang elektronik, berikut ini beberapa keunggulan jika melakukan transaksi dengan uang elektronik (Hendarsyah, 2016:9):

- a. Lebih cepat, praktis, fleksibel, dan nyaman dibandingkan uang tunai, ketika transaksi dengan nilai yang kecil, pengguna tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas atau menyimpan kembalian.

- b. Uang elektronik mudah diperoleh siapa saja tanpa harus membuka rekening tabungan bank terlebih dahulu yang membutuhkan proses dan prosedur yang lebih lama.
- c. Uang elektronik bisa diisi ulang dengan mudah seperti halnya isi ulang pulsa telepon seluler. *Top up* uang elektronik dapat dilakukan melalui handphone, melalui pedagang (*merchant*) yang ditunjuk penerbit uang elektronik, mesin ATM, *m-banking*, maupun *internet banking*.
- d. Tingkat kepuasan konsumen bertambah dengan berkurangnya transaksi.
- e. Uang elektronik dapat menjamin kepastian dan perlindungan hak konsumen atas transaksi yang dilakukan.
- f. Uang elektronik membuat transaksi menjadi lebih praktis untuk digunakan sehari-hari, seperti pembeli tidak perlu mengeluarkan setumpuk uang dari sakunya dan penjual tidak perlu repot dalam menyediakan uang kembalian jika bertransaksi menggunakan uang elektronik.
- g. Uang elektronik memberi berbagai keuntungan misalnya, penerbit uang elektronik memberikan diskon atau *cashback* bila melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik pada beberapa merchant yang dipilih seperti, restaurant, kafe.
- h. Uang elektronik bisa digunakan untuk mentransfer dana ke sesama pengguna uang elektronik dari penerbit yang sama. Pengguna juga bisa membeli pulsa seluler, membayar tagihan rumah tangga, dan transaksi kegiatan sehari-hari lainnya.
- i. Menggunakan uang elektronik sama dengan mendukung program pemerintah GNNT atau mewujudkan *lesh cash society*.

Namun, uang elektronik juga memiliki kelemahan. Beberapa diantaranya yaitu:

- a. Dana yang disimpan dalam uang elektronik tidak dijamin oleh lembaga penjamin simpanan atau LPS yang diketahui hanya menjamin dana nasabah yang disimpan dalam bentuk rekening simpanan di lembaga perbankan.
- b. Penggunaan uang elektronik terbatas hanya pada *merchant-merchant* tertentu yang telah bekerja sama dengan penerbit uang elektronik, biasanya hanya tersedia di kota-kota yang besar.

- c. Resiko akibat kartu atau ponsel yang hilang atau dicuri, yaitu nominal uang yang tersimpan kemungkinan tidak bisa diselamatkan, karena dana sepenuhnya dalam kuasa si pemegang kartu dan tidak ada otorisasi PIN atau semacamnya.

2.2.10. Pihak-pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik

Menurut Bank Indonesia, terdapat beberapa pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik yang dituang dalam PBI No. 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik, sebagai berikut:

- a. Pemegang atau Pengguna ialah pengguna sah atau yang telah terdaftar sebagai pemegang uang elektronik.
- b. Penerbit ialah pihak yang menerbitkan uang elektronik baik bank maupun lembaga keuangan lainnya.
- c. Principal yaitu pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem atau jaringan antar anggotanya, seperti melakukan penerusan data transaksi uang elektronik melalui jaringan, melaksanakan perhitungan kewajiban dan hak, menyelesaikan pembayaran, dan menetapkan mekanisme serta prosedur bisnis, yang berperan sebagai penerbit atau *acquirer* dalam transaksi uang elektronik.
- d. *Acquirer* adalah pihak yang melakukan kerja sama dengan penyedia barang atau pedagang (*merchant*) sehingga pedagang bisa memproses transaksi uang elektroniknya, dan juga bertanggung jawab dalam penyelesaian pembayaran kepada pedagang.
- e. Penyelenggara Kliring ialah pihak yang bertugas setelah terjadi proses transaksi uang elektronik dengan memperhitungkan kewajiban dan hak keuangan masing-masing penerbit.
- f. Penyelenggara *Switching* ialah bank maupun lembaga selain bank yang menyediakan infrastruktur yang berfungsi sebagai pusat atau penghubung penerusan data transaksi uang elektronik.
- g. Pedagang atau *merchant* ialah penyedia barang atau jasa yang menjualnya kepada Pengguna dan akan menerima pembayaran dari Pengguna.

- h. Penyelenggara Penyelesaian Akhir ialah pihak yang bertanggung jawab untuk melakukan penyelesaian akhir terhadap hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit atau *Acquirer* berdasar hasil perhitungan pihak kliring
- i. Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran ialah penyelenggara jasa sistem pembayaran sebagaimana dimaksud dalam ketentuan bank Indonesia mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.
- j. Penyelenggara penunjang ialah penyelenggara penunjang yang dimaksud dalam ketentuan bank indoensia mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

2.2.11. Daftar Uang Elektronik di Indonesia

Dilansir dalam laman web Bank Indonesia (2020), hingga 27 Mei 2020 sudah terdaftar sebanyak 51 (lima puluh satu) penyelenggara uang elektronik yang ada di Indonesia, pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1. Penyelenggara Uang Elektronik di Indonesia

No	Nama Penyelenggara	Nama Produk Uang Elektronik
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	MYNT E-Money
2.	PT Bank Central Asia Tbk.	Sakuku dan Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4.	PT Bank DKI	Jakarta One/JakOne dan JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash & Mandiri e-Money
6.	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual dan Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu dan TapCash
8.	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money
9.	PT Bank Permata	BBM Money
10.	PT Bank Rakyat Indonesia	T bank dan Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	FinnChannel
12.	PT Indosat Tbk	PayPro/Dompetku

13.	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
14.	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money dan SkyeCard
15.	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	Flexy Cash dan iVas Card
16.	PT Telekomunikasi Seluler	T-Cash dan Tap Izy
17.	PT XL Axiata Tbk	XL Tunai
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19.	PT Dompot Anak Bangsa	Go-Pay
20.	PT Witami Tunai Mandiri	TrueMoney
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
23.	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24.	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash
26.	PT Visionet Internasional	Ovo Cash
27.	PT Inti Dunia Sukses	ISaku
28.	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro
30.	PT Bluepay Digital Internasional	BluePay
31.	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32.	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34.	PT Airpay International Indonesia	ShopeePay
35.	PT Bank Sinarmas	Simas E-Money
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
37.	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja
38.	PT Max Interactives Tecnologies	Zipay
39.	PT Sarana Pactindo	PACCash
40.	PT DataCell Infomedia	PAYDIA
41.	PT Netzme Kreasi Indonesia	Netzme
42.	PT Bank BNI Syariah	Hasanahku

43.	PT MNC Teknologi Nusantara	Spinpay
44.	PT Kereta Commuter Indonesia	KMT
45.	PT Mass Rapid Transit	MTT
46.	PT Paprika Multi Media	Paprika
47.	PT Astra Digital Artha	AstraPay
48.	PT Bank OCBC NISP	One Wallet
49.	PT Rpay Finansial Digital Indonesia	Yourpay
50.	PT Visi Jaya Indonesia	Eidupay
51.	PT Bank Jabar dan Banten	DigiCash

Sumber: Bank Indonesia, 2020 (diakses pada 1 Juni 2020)

Perusahaan penyelenggara uang elektronik yang terdaftar di Bank Indonesia memiliki tanggal operasional yang berbeda-beda. Namun, yang pertama kali yaitu PT Bank Central Asia, PT Bank DKI, PT Bank Mandiri, PT Bank Mega, dan PT Bank Negara Indonesia yaitu pada tanggal 3 Juli 2009. Sedangkan yang paling terbaru yaitu PT Visi Jaya Indonesia yaitu pada tanggal 6 April 2020.

2.2.12. Daftar Produk Paylater Di Indonesia

Di Indonesia sendiri produk cicilan tanpa kartu kredit makin banyak bermunculan. *Fintech Technology* menurut Bank Indonesia yaitu hasil gabungan antara perusahaan jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, seperti dalam hal pembayaran yang awalnya harus membawa uang tunai dan bertatap muka, sekarang bisa dari transaksi jarak jauh dan dengan hitungan detik saja. Dilansir dari laman web OJK (ojk.go.id), hingga Februari 2020 sudah terdapat sebanyak 161 (seratus enam puluh satu) perusahaan *Fintech Lending* yang berizin dan terdaftar di OJK. Berikut ini beberapa diantaranya pada Tabel 2.2:

Tabel 2.2. Perusahaan *Fintech Lending* di Indonesia

No.	Nama Produk	Nama Perusahaan
1.	Kredivo	PT FinAccel Digital Indonesia
2.	Akulaku	PT. Pintar Inovasi Digital

3.	Cicil	PT Cicil Solusi Mitra Teknologi
4.	TravelokaPay	Bank BRI, BNI, Danamas
5.	Home Credit	PT Home Credit Indonesia
6.	Awan Tunai	PT Simplefi Taknologi Indonesia
7.	Julo Cicil	PT Julo Teknologi Indonesia
8.	Ovo paylater	Taralite
9.	Tokopedia	Taralite
10.	GOJEK paylater	Findaya
11.	Lazada Paylater	Kredivo
12.	Bukalapak	Julo
13.	Shopee paylater	PT Lentera Dana Nusantara
14.	Indodana	PT Artha Dana Teknologi
15.	DANA	PT. Espay Debit Indonesia koe
16.	LinkAja	Fintek Karya Nusantara

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2020 (diakses pada 1 Juni 2020)

Menurut Web OJK (diakses 23 Maret 2020), *Fintech Lending* atau *Fintech Peer-to-Peer Lending* (P2P) merupakan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, dengan inovasinya yang memanfaatkan teknologi informasi sehingga pemberi pinjam dan penerima pinjaman dapat melakukan transaksinya tanpa harus bertemu secara langsung melainkan melalui sistem yang disediakan seperti sebuah aplikasi.

2.3. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan berasal dari kata dasar yaitu mudah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia mudah yaitu tidak memerlukan tenaga atau pikiran dalam mengerjakan, tidak berat, tidak sukar atau gampang. Kemudahan menurut KBBI yaitu sesuatu yang dapat mempermudah dan meleancarkan usaha. Menurut Davis dalam Pambudi (2019:3), kemudahan penggunaan/Ease of use adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Sedangkan menurut Rogers dalam Octavia dan Hafizh (2019:3) menegaskan bahwa kemudahan penggunaan adalah istilah yang mewakili tingkat di mana inovasi dianggap tidak

sulit untuk dipahami, dipelajari atau dioperasikan. Dapat disimpulkan kemudahan penggunaan yaitu keadaan dimana seseorang tidak perlu memerlukan usaha yang banyak untuk menggunakan uang elektronik dan mudah untuk dipahami.

Menurut Genady (2019:24), kemudahan penggunaan yang dikaitkan dengan uang elektronik sebagai berikut:

1) Sistem Mudah Dimengerti

Pemahaman tentang sistem atau tata cara penggunaan uang elektronik sangat diperlukan untuk mendukung penerapan uang elektronik pada masyarakat. Masyarakat harus mengetahui bahwa layanan uang elektronik dapat diperoleh dari agen pelayanan uang digital ataupun dari pengunduhan aplikasi uang elektronik melalui telepon genggam. Uang elektronik dapat digunakan pada merchant-merchant yang telah bekerjasama dengan penerbit uang elektronik.

2) Praktis Dalam Penggunaan

Penggunaan uang elektronik yang ditujukan untuk memberi kemudahan kepada pengguna harus memiliki keunggulan diantara yaitu nilai praktis saat pengoperasian uang elektronik.

Syarat agar uang elektronik dapat digunakan yaitu, harus tersedia saldo yang mencukupi dan juga mesin untuk bertransaksi, pengguna dapat langsung menempelkan atau menggesekkan uang elektronik pada mesin tersebut saat melakukan pembayaran. Untuk uang elektronik berbasis server, pengguna harus memastikan bahwa perangkat dalam keadaan online atau terhubung dengan internet.

3) Sistem Mudah Digunakan

Apabila pengguna ingin menggunakan uang elektronik sebagai alternatif instrument pembayaran, maka pastikan saldo yang dimiliki cukup, dan tinggal *men-tap* / menempelkan kartu ke mesin edc untuk yang berbasis chip. sedangkan untuk yang berbasis server, pengguna hanya tinggal memindai *barcode* dari aplikasi uang elektronik dan mengarahkannya ke mesin yang telah disediakan pada merchant.

4) Sistem Mudah Dijangkau

Uang elektronik bisa digunakan pada merchant yang bekerjasama dengan penerbit uang elektronik. Untuk pengisian ulang saldo atau top-up bisa

dilakukan melalui mesin ATM, *mobile banking*, *internet banking*, maupun melalui minimarket seperti alfamart dan indomaret.

2.4. Pengertian Persepsi Kegunaan

Menurut Davis dalam Pambudi (2019:3), mengatakan bahwa persepsi kegunaan atau *perceived usefulness* adalah sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jadi, apabila suatu sistem teknologi tersebut dipercaya akan berguna maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Namun sebaliknya, jika suatu sistem teknologi dipercaya tidak akan berguna, maka seseorang itu tidak akan menggunakannya. Sedangkan menurut Wang dan Li (2016:10), mengatakan bahwa konsumen dapat merasakan persepsi kegunaan ketika teknologi yang diadopsi dapat memakan sedikit waktu dan memberi efisiensi yang tinggi dalam bertransaksi.

Kegunaan dalam Pambudi (2019:4) memiliki 3 (tiga) indikator, yaitu:

- 1) penghematan waktu, yaitu penggunaan dari aplikasi Ovo sangat cepat diaplikasikan, begitupula pada fitur *Ovopaylater*-nya yang juga dapat menghemat waktu ketika bertransaksi karena dapat digunakan kapanpun, dan tanpa proses yang rumit.
- 2) Ubikuitas, atau dalam KBBI disebut keadaan muncul dimana-mana. Maksudnya adalah aplikasi Ovo dan fitur *paylater* dapat digunakan di hamper semua tempat perbelajaan baik *online* maupun *offline*. Pengguna dapat menggunakan aplikasi tanpa harus dating langsung ke toko untuk melakukan transaksi, dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.
- 3) Kenyamanan, dalam menggunakan aplikasi pengguna akan merasa nyaman karena adanya sistem keamanan berupa PIN saat akan mengakses aplikasi sebagai wujud perlindungan terhadap data pengguna. Aplikasi dapat diakses cepat melalui telepon seluler masing-masing pengguna dalam satu nomor sehingga meningkatkan kepastian.

2.5. Pengertian persepsi keamanan

Menurut Tsiakis dan Stephanides dalam Octavia dan Hafizh (2019:3) berpendapat bahwa keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi, menjamin integritas, dan privasi informasi. Sedangkan menurut Hayuningtyas dalam Mauliani (2016:26), persepsi keamanan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dimana konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi selama transit dan penyimpanan oleh pihak-pihak yang tidak pantas dengan cara yang sesuai dengan harapan mereka.

Kemanan menurut Anam (2017:65), memiliki 3 (tiga) indikator yaitu:

- 1) *Privacy*, atau kerahasiaan data pribadi dimana kerahasiaan data pengguna yang didaftarkan kepada penerbit uang elektronik terjaga kerahasiaannya. Pengguna akan merasa aman merekam data pribadinya saat melakukan pendaftaran, tidak akan terjadi kebocoran data atau semacamnya yang dapat merugikan pengguna.
- 2) *Integrity*, atau integritas yaitu dalam menggunakan uang elektronik, pengguna aman terhadap kejadian penghapusan atau perubahan data tanpa izin dari pihak berwenang, keakuratan serta keutuhan informasi juga dijaga dari oknum yang tidak bertanggung jawab.
- 3) *Authentication*, autentikasi yaitu salah satu langkah untuk menjaga keamanan suatu sistem dengan mengonfirmasi bahwa seseorang atau sesuatu itu asli atau autentik. Dalam hal penggunaan uang elektronik, autentikasi adalah untuk memastikan bahwa yang menggunakan atau yang dapat mengakses uang elektronik merupakan pengguna aslinya.

2.6. Minat Penggunaan Uang Elektronik

Menurut Syaiful Bahri Djamarah dalam Azizi (2019:31), minat adalah kecenderungan yang menetap untuk mengenang dan memperhatikan beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Sedangkan menurut Suryobroto dalam Mukti (2019:11), minat merupakan kecenderungan dalam suatu individu

untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek dan kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu pada suatu pilihan tertentu.

Menurut Priambodo dan Prabawani (2016:129) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Adanya suatu ketertarikan yang menetap pada diri suatu subjek atau seseorang yang sedang mengalaminya atas suatu bidang atau hal tertentu dan timbulnya rasa senang terhadap bidang atau hal tersebut, sehingga seseorang berkeinginan untuk mendalaminya. Minat menurut Pratama dan Suputra (2019:937) yaitu keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya

Minat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut (Ferdinand dalam Azizi, 2019:32):

- 1) Minat refrensial, adalah kecenderungan pada seseorang untuk mereferensikan produk tersebut kepada orang lain.
- 2) Minat preferensial, adalah minat yang digambarkan sebagai perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 3) Minat transaksional, adalah kecenderungan yang timbul pada individu untuk membeli suatu produk.
- 4) Minat eksploratif, digambarkan sebagai perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dan keunggulan dari produk tersebut.

2.7. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.7.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Hasil penelitian menurut Pratama dan Suputra (2019) bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian melalui

uji t hitung yaitu lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,002 < 0,05$. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan “Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik”.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keadaan dimana seseorang terbebas dari usaha saat mengoperasikan sesuatu. Jasa layanan uang elektronik yang sudah banyak berkembang saat ini menawarkan kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan uang elektronik. Ketika pengguna merasa mudah dalam menggunakan uang elektronik, maka pengguna akan mempertimbangkan untuk menggunakan uang elektronik tersebut dikemudian hari, dan menjadikan uang elektronik sebagai alat instrument pembayaran sehari-hari. Karena pengguna merasa lebih praktis ketika melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik dibandingkan uang tunai. Tetapi sebaliknya, apabila saat bertransaksi menggunakan uang elektronik terasa lebih sulit, maka pengguna akan menggunakan uang tunai saat bertransaksi yang dirasa lebih mudah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan akan memberikan nilai kepraktisan dalam bertansaksi yang menyebabkan pengguna akan memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

2.7.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Hasil penelitian menurut Safitri, Musityo, dan Mardhani (2019), bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan digital payment Ovo. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian melalui uji t hitung lebih kecil dari t tabel 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan “*perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use*”.

Persepsi kegunaan merupakan suatu rasa percaya terhadap sistem informasi yang akan berguna untuk meningkatkan kinerjanya ketika menggunakannya. Seseorang akan menggunakan produk *paylater* ketika dipercaya akan berguna untuk meningkatkan kinerja dalam proses bertransaksinya. Namun sebaliknya, ketika produk *paylater* dirasa tidak akan berguna dalam meningkatkan kinerja

dalam bertransaksi, maka seseorang tidak akan menggunakannya. Seseorang tersebut mungkin akan menggunakan produk keuangan lainnya yang dirasa akan berguna dalam proses bertransaksinya atau dalam melakukan pembayaran.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegunaan dalam menggunakan akan meningkatkan kinerja dalam bertransaksi sehingga seseorang tersebut akan memutuskan untuk menggunakan uang elektronik.

2.7.3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Hasil penelitian menurut Safitri, Musityo, dan Mardhani (2019), bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan digital payment Ovo. Hal ini juga dapat dilihat dari hasil penelitian melalui uji t hitung lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis yang diajukan “*perceived security* berpengaruh positif terhadap *intention to use*”.

Persepsi keamanan merupakan perasaan aman terhadap suatu sistem dimana data yang kita berikan tidak akan terjadi kebocoran data, atau dapat diakses oleh yang bukan berhak, terjaga kerahasiaannya. Jasa uang elektronik harus memiliki sistem keamanan yang ketat dan tidak mudah diretas sembarang orang, karena informasi data pribadi yang direkam oleh pengguna ke aplikasi uang elektronik merupakan data pribadi yang sangat penting seperti nomor identitas ataupun nomor telepon. Biasanya, dalam uang elektronik berbasis server atau aplikasi, dibutuhkan PIN atau *password* saat ingin mengakses uang elektronik, adapula yang harus memberikan nomor otentikasi yang dikirimkan ke nomor telepon yang terhubung dengan aplikasi untuk memastikan bahwa yang mengakses uang elektronik tersebut merupakan pengguna asli.

Apabila pengguna percaya uang elektronik memberikan rasa aman terhadap data yang telah diberikan pengguna, maka pengguna akan menggunakan uang elektronik tanpa ada rasa khawatir. Sebaliknya, jika uang elektronik tidak memberi rasa aman atau menimbulkan kekhawatiran terhadap data yang didaftarkan, maka pengguna

tidak akan menggunakan aplikasi uang elektronik sebagai instrument pembayaran atau bertransaksi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan keamanan dalam mengakses aplikasi dapat memberikan rasa aman yang menyebabkan pengguna ingin menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran.

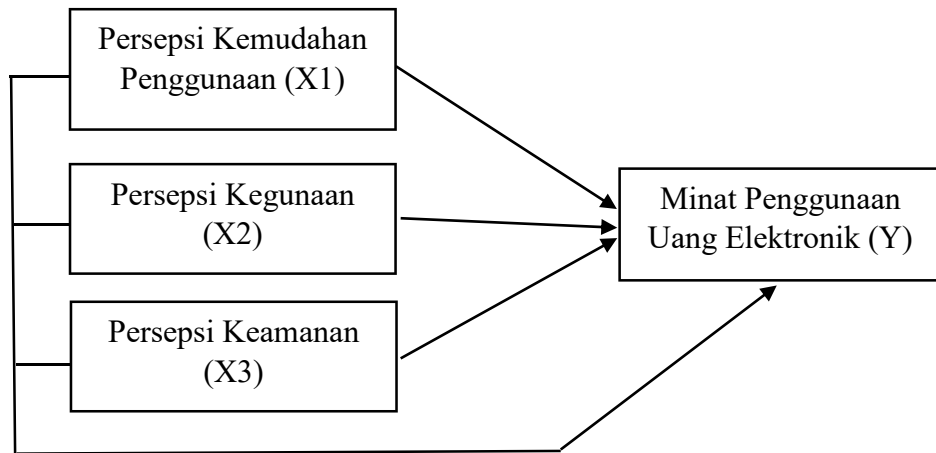
2.8. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis berikut ini:

1. Terdapat pengaruh secara parsial persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan ovopaylater.
2. Terdapat pengaruh secara parsial persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan ovopaylater.
3. Terdapat pengaruh secara parsial persepsi keamanan terhadap minat penggunaan uang elektronik.
4. Terdapat pengaruh secara simulta persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

2.9. Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut Sapto Haryoko dalam Kajian (2018:138), kerangka konseptual adalah menjelaskan secara teoritis model konseptual dari variabel-variabel penelitian, tentang bagaimana pertautan teori yang berhubungan dengan variabel yang ingin diteliti, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Maka kerangka konseptual dalam penelitian ini digambarkan pada gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian