

BAB II

Kajian Pustaka

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Dompot Digital

2.1.1.1. Pengertian Dompot Digital

Definisi dompet digital menurut Bank Indonesia adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran. Dompot digital memiliki teknologi yang berbasis server yang selanjutnya dieksekusi dengan menggunakan aplikasi. Setiap penggunaannya harus terhubung dengan jaringan internet dan penyedia layanan agar bisa menggunakannya. Dua komponen utama yang dimiliki dompet digital adalah perangkat lunak dan informasi (Effendy, 2021). Perangkat lunak menyimpan informasi pribadi dan menyediakan keamanan dan enkripsi data, sedangkan komponen informasi adalah basis data rincian yang diberikan oleh pengguna yang mencakup data-data pribadi seperti, nama, alamat pengiriman, metode pembayaran, jumlah yang harus dibayarkan, serta nomor kartu debit maupun kredit. Saldo maksimal yang dapat diisi pada *e-wallet* sebesar 10 juta rupiah. Dompot digital dapat memudahkan melakukan pembayaran untuk bahan makanan, pembelian *online*, tiket pesawat, PPh Pasal 21 masa, pajak kendaraan, dan lain-lain. Menurut Sagayarani (2021), pembayaran digital merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui *mode* digital, pada *mode* digital pengirim dan penerima menggunakan *mode* digital untuk mengirim dan menerima uang. Hal itu bisa juga disebut dengan pembayaran elektronik. Semua transaksi yang dilakukan bersifat *online*, cara ini lebih cepat dan nyaman dalam melakukan transaksi.

Menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:235) manfaat yang ditawarkan oleh dompet digital adalah kepraktisan dalam transaksi sehingga masyarakat umum dapat menggunakan untuk kegiatan ekonomi yang

bersifat massal dimana membutuhkan kecepatan transaksi dan biasanya menggunakan uang dalam pecahan kecil, misalnya transaksi pembayaran akses jalan tol, tiket kereta, *e-commerce*, dan lain sebagainya

2.1.1.2. Kelebihan Dompot Digital

1. Mudah dan Praktis

Transaksi menggunakan dompet digital hanya membutuhkan waktu beberapa detik, Pembayaran menggunakan dompet digital dengan cara memindai QR (*Quick Response*) kode toko atau barcode lalu nominal yang harus dibayar akan muncul dan otomatis akan terbayar. Kecepatan pembayaran transaksi ini memudahkan bagi pelanggan dan juga pembeli, selain mencegah antrian yang panjang serta menghemat waktu pada saat transaksi.

2. Terhindar dari Uang Palsu

Penggunaan dompet digital dapat mengurangi tindak pidana peredaran uang palsu. Sistem teknologi dompet digital sendiri masih sulit ditembus dalam hal keamanannya. Transaksi pembayaran menggunakan dompet digital, penjual dan pembeli tidak lagi memikirkan uang kembalian, karena *e-wallet* mampu memotong saldo secara otomatis.

3. Menghindari Penyebaran Virus/Bakteri

Di tengah-tengah situasi pandemi Covid-19 seperti saat ini, bertransaksi menggunakan dompet digital mampu meminimalisasikan adanya kontak dengan orang lain. Bahkan, secara resmi pemerintah sudah menganjurkan untuk mencegah penularan virus melalui uang tunai. Sudah banyak toko-toko *offline* yang menyediakan atau memaksa pengunjung nya untuk melakukan pembayaran dengan *non* tunai.

2.1.1.3. Kelemahan Dompot Digital

1. Menjadi Lebih Konsumtif

Dengan kemudahan yang banyak ditawarkan dompet digital membuat penggunaanya lebih konsumtif. Hal ini dikarenakan promo-

promo yang ditawarkan *e-wallet* sangatlah menarik dan membuat penggunaanya akan rajin bertransaksi menggunakan dompet digital. Karena hal itu pengguna harus lebih bijak dalam menggunakan *e-wallet* agar tidak boros dan menjadi konsumtif.

2. Saldo Dompet digital tidak bisa diuangkan atau dicairkan

Dompet digital berbeda dengan kartu debit atau kredit yang mana saldonya dapat kita cairkan, saldo pada dompet digital tidak bisa diuangkan seperti kartu debit atau kredit. Saldo di dalam dompet digital hanya bisa digunakan untuk transaksi bayar langsung pada toko atau transfer ke sesama pemilik aplikasi dompet digital tersebut.

2.1.1.4. Jenis-Jenis Transaksi

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Dompet Elektronik, fitur-fitur untuk pembayaran yang dapat dilakukan dengan dompet elektronik yaitu :

1. Pengisian Ulang Kembali (*Top Up*)

Pengisian Ulang saldo dompet digital perlu dilakukan apabila pengguna ingin melakukan transaksi. Top up pada dompet digital dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan penyetoran uang tunai, pendebitan di rekening bank atau melalui supermarket yang telah terafiliasi dengan dompet digital.

2. Pembayaran Transaksi Pembelanjaan

Pada era teknologi 4.0 seperti sekarang, cara masyarakat melakukan pembayaran mengalami pergeseran ke arah yang lebih modern. Dompet digital berperan penting dalam melakukan pembayaran *non* tunai atau *cashless*. Transaksi pembayaran menggunakan dompet digital dapat dilakukan di merchant-merchant yang menyediakan barcode QR.

3. Pembayaran Tagihan

Selain transaksi pembelanjaan, dompet digital dapat digunakan untuk membayar tagihan rumah tangga seperti, tagihan listrik, air,

internet, BPJS sampai dengan pembelian pulsa maupun tagihan aplikasi *smartphone*.

4. Penyetoran Penerimaan Negara

Kementerian Keuangan berkolaborasi dengan penyedia dompet digital agar dapat memudahkan masyarakat untuk membayar kewajibannya. Tiga jenis pembayaran Penerimaan Negara yang bisa dilakukan lewat aplikasi dompet digital, yaitu pembayaran Pajak Online (DJP), Bea dan Cukai (DJBC), serta Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) seperti biaya perpanjang paspor, penerbitan Surat Izin Mengemudi (SIM) baru maupun perpanjang.

5. Transfer Dana

Dompet digital juga dapat mentransfer dana atau uang, dari dompet digital ke akun teman lain, rekening bank maupun sebaliknya. Pengiriman dana ini tidak memakan waktu yang lama, hanya beberapa menit setelah dana tersebut dikirim.

6. Tarik Tunai

Penarikan dana atau uang tunai juga dapat dilakukan di dompet digital. Penarikan tersebut dapat dilakukan di *merchant* yang bertanda dapat menarik uang dari dompet digital.

Selain dapat melakukan kegiatan ekonomi yang telah disebutkan diatas, pada masa kini perusahaan layanan dompet digital juga berkolaborasi dengan platform investasi. Fitur pembayaran dengan dompet digital dapat digunakan pada investasi emas, reksadana atau saham dirasa sangat penting bagi investor apalagi untuk investor pemula. Pembayaran melalui dompet digital mempermudah investor untuk menyetorkan dana yang ia punya untuk membeli sebuah produk investasi dan kolaborasi ini mempunyai efek besar terhadap penetrasi industri dompet digital dengan industri asuransi dan investasi.

2.1.2. Teori Technology Acceptance Model (TAM)

TAM disusun berdasarkan dua teori-teori dasar mengenai model penerimaan teknologi yang telah dikembangkan sebelumnya yaitu, *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan pertama kali oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975. Penyusunan teori ini menggunakan asumsi bahwa manusia berperilaku dengan sadar dan mempertimbangkan informasi yang telah tersedia. Ajzen dan Fishbein dalam Aulia & Suryanawa (2019) berasumsi bahwa pengadopsian suatu teknologi umumnya ditentukan oleh proses kognitif dan bertujuan untuk memuaskan penggunaannya atau memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri. TAM merupakan perluasan dari TRA dan TPB yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM terdiri dari dua konstruksi teoritis, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) sebagai penentu fundamental penerimaan penggunaan dari suatu sistem informasi. Kedua konstruk teoritis tersebut memiliki pengaruh ke minat berperilaku (*behavior intention*). Minat menggunakan teknologi akan muncul jika sistem teknologi tersebut dapat memenuhi dua konstruk tersebut.

Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Secara lebih rinci menjelaskan tentang penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi penerimaannya (Davis et al., 1989). TAM dirancang untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara mengidentifikasi beberapa variabel dasar yang disarankan pada penelitian sebelumnya yang setuju dengan faktor-faktor yang mempengaruhi secara kognitif dan afektif pada penerimaan teknologi dan menggunakan TRA sebagai dasar teoritik untuk menentukan model hubungan variabel penelitian.

2.1.3. Persepsi (*Perceived*)

Definisi persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengumpulkan informasi mengenai dunia melalui pancaindranya. Persepsi merupakan interpretasi dari objek, simbol dan orang yang didasarkan pengalaman, persepsi menangkap stimulus, mengorganisasikan stimulus dan menginterpretasikan stimulus yang terorganisir untuk mempengaruhi perilaku (*behavior*) dan membentuk sikap (*attitude*) (Effendy, 2021).

2.1.4. Persepsi Manfaat (*Perceived of Benefit*)

Menurut Davis (2017:32), Persepsi Manfaat merupakan sebuah pandangan yang subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerja penggunanya. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut akan bermanfaat maka dia akan menggunakannya (Purba et al., 2020). *Perceived of Benefit* juga mengacu pada sejauh mana pengguna percaya memperoleh keuntungan (misalnya kenyamanan atau penyederhanaan pembayaran) untuk melakukan pembayaran melalui seluler akan sama halnya dengan bentuk pembayaran lainnya (Bailey et al., 2017). Persepsi manfaat dan persepsi risiko memiliki hubungan yang berbanding terbalik, jika nilai manfaat yang dirasakan tinggi maka nilai risiko yang dirasakan rendah, begitupun sebaliknya (Anjelina, 2018). Menurut Effendy (2021), manfaat yang dirasakan diklasifikasikan dalam tiga aspek berbeda yaitu, manfaat ekonomi, kenyamanan dan proses transaksi. Manfaat ekonomi adalah motif yang paling umum dan konsisten untuk mendorong orang melakukan transaksi menggunakan dompet digital. Penelitian (Anjelina, 2018), menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif pada aktivitas ekonomi, hasil ini dikarenakan masyarakat Indonesia percaya bahwa menggunakan *e-money* membuat aktivitas ekonomi mereka menjadi lebih mudah dan mereka meyakini *e-money* lebih efisien dibandingkan menggunakan tunai.

Menurut Davis (1989), persepsi manfaat dapat diukur dari beberapa indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Mempermudah transaksi pembayaran.
- b. Mempercepat transaksi pembayaran.
- c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.
- d. Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran.
- e. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran.

2.1.6. Persepsi Kemudahan (*Perceived of Ease Use*)

Kemudahan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang yang dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah dan dipahami. Para peneliti berpendapat bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seorang menerima sebagai benar bahwa menggunakan metode yang tepat, tidak menggunakan biaya untuk individu itu sendiri (Davis et al., 1989). Persepsi Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna aplikasi berpendapat bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Purba et al., 2020). Penelitian (Rohmah et al., 2019) menemukan jika persepsi kemudahan secara parsial memiliki pengaruh baik yang signifikan pada minat penggunaan dompet digital, artinya dengan ditawarkannya berbagai kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat, membuat minat masyarakat semakin meningkat untuk memakai dompet digital di tengah wabah Covid-19 saat ini.

Andrean Sapta dan I Made Bayu (2017) menyebutkan dalam (Kurnianingsih & Maharani, 2020), indikator persepsi penggunaan yaitu :

- a. Teknologi Informasi mudah untuk dipelajari.
- b. Teknologi Informasi mudah untuk didapatkan.
- c. Teknologi Informasi mudah untuk dioperasikan.

2.1.7. Persepsi Risiko (*Perceived of Risk*)

Definisi persepsi risiko menurut Schiffman, L.G, Kanuk (2010:201-202) adalah sebagai kondisi tidak pasti yang dialami konsumen ketika

mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi atas keputusan pembelian yang mereka ambil. Persepsi risiko bisa meningkat, jika pengguna memiliki motivasi apakah mereka akan menghindari penggunaan produk/jasa atau meminimalkan risiko melalui pencarian sebelum menggunakan teknologi dalam tahap pengambilan keputusan. Risiko adalah konsekuensi negatif yang diterima akibat dari ketidakpastian dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu barang atau jasa, jadi persepsi ini adalah cara pengguna untuk mempersepsikan kemungkinan kerugian yang akan diterima dari keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut. Risiko yang dirasakan konsumen merupakan hambatan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian (Anjelina, 2018).

Ciri-ciri dari risiko yaitu dapat berupa kerugian tertentu, ada risiko tertentu, maupun ide-ide yang berisiko (Ardianto & Azizah, 2021). Featherman dalam penelitian (Rahmatika & Fajar, 2019), menyatakan *Perceived Risk* dibagi menjadi lima dimensi yaitu, Risiko Kinerja, Risiko Sosial, Risiko Waktu, Risiko Keuangan dan Risiko Keamanan. Hal ini menunjukkan jika tingkat risiko yang dirasakan dan dapat ditoleransi oleh seseorang merupakan faktor yang mempengaruhi sikap seseorang dalam pengambilan keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.

Menurut hasil penelitian Ardianto & Azizah (2021), *Perceived Risk* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat pengguna, jadi tinggi maupun rendahnya persepsi pengguna akan risiko yang ada pada dompet digital tidak mempengaruhi minat penggunaannya, lain halnya dengan penelitian Rohmah et al (2019), yang menghasilkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan dompet digital, artinya pengguna dompet digital takut akan risiko yang ditimbulkan akibat pemakaian dompet digital secara berkala.

2.1.8. Minat Bertransaksi

Definisi minat adalah kecenderungan seseorang untuk memperhatikan dan mengingat secara terus-menerus yang diikuti rasa senang memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Jika kepuasan itu sudah tercapai dan dirasakan manfaatnya, maka orang cenderung untuk menggunakannya.

Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian muncul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya menimbulkan keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut (Kotler, 2018). Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat diadaptasi dari Bhattacharjee (2001) dalam Jogyanto (2017:77) yaitu :

- a. Keinginan Menggunakan.
- b. Akan tetap menggunakan di masa depan.

2.2. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Kurnianingsih & Maharani (2020) “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* di Jawa Tengah”. Hasil penelitian ini menyimpulkan Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan pengaruh fitur layanan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* di Jawa Tengah, sedangkan pengaruh persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* di Jawa Tengah. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi manfaat, kemudahan dan fitur layanan yang diperoleh oleh pengguna maka minat penggunaan *e-money* akan semakin tinggi.

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih dan Maharani dengan penelitian ini adalah variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, serta metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih dan Maharani adalah penelitian ini menambahkan persepsi

risiko sebagai variabel bebasnya. Penelitian ini juga mengangkat pengguna dompet digital di Jakarta sebagai objek penelitiannya, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih dan Maharani yang mengangkat pengguna *e-money* di Jawa Tengah.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Rohmah et al (2019) “Pengaruh Sistem Pembayaran *E-Money* Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang”, menunjukkan jika variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara parsial memiliki pengaruh baik serta signifikan pada minat penggunaan uang elektronik di tengah wabah covid ini, artinya dengan ditawarkannya manfaat yang banyak serta kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat, membuat minat untuk menggunakan uang elektronik semakin meningkat di tengah wabah Covid-19 ini. Variabel persepsi kepercayaan dan risiko tidak memiliki dampak positif yang signifikan, masih ada keraguan masyarakat untuk memakai *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah (2019) memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan dalam penelitian terdahulu adalah membahas pemakaian *e-money* di tengah wabah covid-19, dengan konstruk TAM sebagai variabel bebasnya, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang juga digunakan dalam penelitian ini, sedangkan perbedaan penelitian ini dari penelitian yang dilakukan Rohma adalah objek penelitiannya.

Anjelina (2018) dalam penelitiannya tentang “Persepsi Konsumen Pada Pengguna *E-Money*”. Penelitian ini memperluas konstruksinya dengan menambahkan *subjective norm*, risiko yang disebabkan, kepercayaan yang dirasakan dan biaya yang dikeluarkan. Penelitian ini menyimpulkan jika Persepsi kemanfaatan, kemudahan dan kesesuaian, kepercayaan, risiko dan biaya secara statistik bukan faktor-faktor yang menentukan seseorang untuk mengadopsi *e-money* di Indonesia. *Subjective Norm* merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan pada niat seseorang menggunakan *e-money*, lalu pengaruh kedua diikuti oleh *social image* dan persepsi manfaat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjelina adalah variabel yang digunakan dan metode penelitiannya. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Anjelina adalah penelitian Anjelina menggunakan variabel moderasi yaitu *subjective norm* dan *social image*.

Penelitian yang dilakukan oleh Permana (2021) “*Fintech* Dari Perspektif Perilaku *User* Dalam Penggunaan *E-wallet* Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pengguna *e-wallet*, hal ini dapat dilihat dari tabel ANOVA yang menunjukkan nilai F-hitung sebesar 27,796 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan jika Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi kenyamanan terhadap perilaku penggunaan dalam penggunaan aplikasi *e-wallet* sebesar 61,4% sedangkan 38,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan Permana dengan penelitian ini adalah metode penelitian dan teori yang dipakai. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas tentang *Fintech* dalam perilaku user dalam penggunaan dompet digital di Denpasar, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis membahas persepsi pemakaian dompet digital di Jakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2020) “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Hasil penelitian ini menyatakan, adanya pengaruh secara simultan dan positif antara kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* OVO di Depok.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Widiyanti adalah variabel yang digunakan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian Widiyanti yaitu, metode yang digunakan serta dompet digital

yang diteliti. Penelitian Widiyanti menggunakan metode kuantitatif asosiatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini juga meneliti dompet digital secara umum, sedangkan penelitian Widiyanti hanya meneliti dompet digital OVO saja.

Nurittamont (2017) "*Understanding the Role of Technology Acceptance Influence on Internet Banking*". Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh dua faktor penentu penerimaan sebuah teknologi atas kepercayaan nasabah dan internet *banking* dengan mengaplikasikan kerangka teori utama dari TAM. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dua konstruksi TAM, yaitu persepsi manfaat dan kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan internet *banking*. Penelitian ini juga menghasilkan bahwa pengaruh penerimaan teknologi lebih kuat dari pengaruh kepercayaan nasabah. Penelitian ini juga menyatakan bahwa, TAM dapat diaplikasikan dan diharapkan dapat mendorong penerimaan teknologi nasabah bank yang lebih baik.

Dalam penelitian yang dilakukan Nurittamont memiliki persamaan dengan penelitian ini, yaitu teori yang digunakan. TAM dipakai untuk mengetahui tingkat penerimaan teknologi nasabah bank terhadap internet banking yang disediakan oleh pihak bank, sedangkan penelitian ini menggunakan teori TAM untuk mengetahui tingkat penerimaan masyarakat Jakarta dalam bertransaksi menggunakan dompet digital di tengah wabah Covid-19.

Penelitian Aji et al (2020) yang berjudul "*Covid-19 and E-Wallet Usage Intention : A Multigroup analysis between Indonesia and Malaysia*". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji niat pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital selama pandemi Covid-19 antara Malaysia dan Indonesia menggunakan metode analisis *multigroup*. Efek yang berkaitan langsung maupun yang tidak langsung dari risiko yang dirasakan, dukungan pemerintah dan manfaat yang dirasakan terhadap minat penggunaan dompet digital pada masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi risiko dan persepsi manfaat yang

dirasakan langsung oleh pengguna dompet digital mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-wallet* selama pandemi Covid-19. Pengaruh dukungan pemerintah terhadap niat menggunakan *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh persepsi manfaat. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ada perbedaan antara Indonesia dan Malaysia dalam hubungan dukungan pemerintah dengan minat penggunaan dompet digital. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Covid-19 dapat meningkatkan minat masyarakat secara signifikan untuk menggunakan dompet digital.

Persamaan penelitian ini yang dilakukan Aji dan Berakon adalah meneliti pemakaian dompet digital pada masa pandemi dan variabel bebasnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Aji dan Berakon adalah metode yang digunakan. Metode yang digunakan pada penelitian Aji dan Berakon adalah metode analisis *multigroup* karena membandingkan pemakaian dompet digital di negara Malaysia dan Indonesia, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Ogbu Edeh et al (2021) "*Impact of Covid-19 Pandemic on Consumer Behavior towards the Intention to Use E-wallet in Malaysia*". Hasil ini menyatakan bahwa Covid-19 telah meringkai ulang persepsi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembayaran. Masyarakat biasa menganggap penggunaan uang tunai sangat nyaman karena mereka telah memakainya sebagai alat pembayaran selama berabad-abad. Namun, Covid-19 menyebabkan uang tunai tidak lagi menjadi alat pembayaran satu-satunya. Pakar kesehatan telah menegaskan bahwa virus Covid-19 dapat hidup di uang tunai selama 2 hingga 4 hari. Penggunaan uang tunai turun secara signifikan sebesar 44%, sementara pengguna dompet digital hanya turun sebesar 3%. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa 73% responden setuju jika bertransaksi menggunakan *e-wallet* lebih nyaman dari pada menggunakan uang tunai. Persepsi Kenyamanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan dompet digital. Persepsi keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan dompet digital. Oleh karena itu, keamanan yang dirasakan

adalah faktor penting yang mempengaruhi niat di antara konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari 61% responden menganggap bahwa menggunakan dompet digital sangat membantu untuk mengurangi penyebaran Covid-19.

Dari berbagai penelitian terdahulu yang telah dipaparkan dan digunakan sebagai rujukan penelitian. Penelitian ini menambahkan pengaruh persepsi Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital di Jakarta ditengah fenomena wabah Covid-19.

2.3. Pengembangan Hipotesis

Peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

2.3.1. Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

Manfaat menurut Adiyanti (2015) dalam (Yanto et al.,2020) menyatakan bahwa, manfaat produk baru yang banyak akan meningkat minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan *financial technology*, ketika produk baru tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya di kehidupan sehari-hari, maka akan banyak pengguna yang semakin minat dan tertarik dalam menggunakan produk baru ini, baik *Fintech* milik swasta maupun pemerintah. Pada kondisi pandemi Covid-19 seperti ini, persepsi manfaat jelas sangat dibutuhkan oleh para pengguna dompet digital sebagai dasar acuan untuk menumbuhkan minat bertransaksi menggunakan dompet digital. Menurut Anjelina (2018), persepsi manfaat mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan dompet digital, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat indonesia percaya bahwa dengan menggunakan dompet digital membuat aktivitas mereka lebih mudah dan yakin jika menggunakan dompet digital lebih efisien dibandingkan dengan tunai. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu :

H₁ : Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

2.3.2. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, kemudahan penggunaan adalah mudah dalam mempelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah mengoperasikannya (Jogiyanto, 2007:115). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Davis et al (1989), Pratama & Suputra (2019), Widiyanti (2020), dan Yanto et al (2020) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi. Berbanding terbalik dengan penelitian (Permana, 2021), persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi dompet digital. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu :

H₂ : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta

2.3.3. Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

Risiko adalah persepsi yang paling dipertimbangkan saat menggunakan suatu teknologi. Dengan mempertimbangkan suatu risiko yang akan ditimbulkan akibat pemakaian teknologi, pengguna dompet digital cenderung memikirkan matang-matang apakah mereka tidak memakai sama sekali atau mencoba meminimalisir risiko yang akan ditimbulkan. Penelitian Permana (2021), persepsi risiko berpengaruh positif

terhadap perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini berarti sebesar apapun risiko yang terdapat pada aplikasi tersebut, para pengguna akan tetap menggunakan aplikasi dompet digital tersebut. Berbeda dengan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Rohmah et al (2019), persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini membuktikan adanya ketakutan akan risiko yang akan ditimbulkan akibat pemakaian dompet digital secara berkala. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu :

H₃ : Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

2.3.4. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta secara bersama atau simultan.

Persepsi manfaat dan kemudahan merupakan dua konstruk utama teori yang dikembangkan oleh Davis yaitu TAM. Pengguna dompet digital cenderung memiliki ekspektasi atau harapan akan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh dompet digital, jika manfaat dan kemudahan yang dimiliki oleh dompet digital tinggi atau sesuai harapan, pengguna cenderung akan berminat untuk melakukan transaksi menggunakan dompet digital, sebaliknya jika manfaat dan kemudahan yang dimiliki dibawah harapan pengguna maka minat bertransaksi cenderung menurun atau rendah. Sedangkan risiko adalah dampak yang disebabkan oleh penggunaan suatu barang atau jasa, pengguna cenderung memiliki minat yang tinggi jika risiko yang ditimbulkan oleh pemakaian dompet digital kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Permana (2021) menghasilkan jika persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi kenyamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi dompet digital. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini yaitu :

H₃ : Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Bagan ini menggambarkan antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) yang teridentifikasi sebagai masalah penelitian ini. Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel persepsi manfaat, kemudahan dan risiko terhadap variabel minat bertransaksi menggunakan dompet digital pada masa pandemi COVID-19 di Kota Jakarta.

Gambar 2 1. Kerangka Konseptual Penelitian

