

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Pustaka

Pada penelitian ini dilakukan pengkajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian “Analisis Komparasi Penerimaan Pengguna *E-Wallet* OVO, Gopay, Shopeepay, dan DANA Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM)”. Berikut merupakan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Synthesize</i>	<i>Summarize</i>
1.	Analisis Komparasi Persepsi Konsumen Pengguna <i>E-Wallet</i> OVO Dan GoPay Selama Pandemi Covid-19[9]	Penelitian ini mempunyai persamaan yaitu analisis komparasi pengguna aplikasi <i>e-wallet</i> OVO dan GoPay.	Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perbedaan persepsi citra merek, persepsi terhadap risiko dan persepsi terhadap kualitas pada pengguna <i>e-wallet</i> OVO dan GoPay. Penelitian selanjutnya	Populasi dan sampel dalam penelitian ini terbatas hanya satu kota yaitu Surabaya sehingga hasil penelitian hanya bisa digeneralisasi dalam kota tersebut.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis perbedaan persepsi merek, persepsi risiko, dan persepsi kualitas pengguna OVO dan Gopay <i>e-wallet</i> selama pandemi Covid-19 di Surabaya. Penelitian	Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa tidak ada perbedaan persepsi konsumen terhadap citra merek dan persepsi konsumen kualitas OVO dan GoPay, serta ada perbedaan persepsi konsumen terhadap risiko OVO dan GoPay di Surabaya.

No	Judul	Comparing	Contrasing	Criticize	Synthesize	Summarize
			menganalisis komparasi penerimaan pengguna <i>e-wallet</i> OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA menggunakan TAM.		ini menggunakan teknik analisis data seperti uji beda dan uji Wilcoxon.	
2.	Penerapan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Dalam Penggunaan Aplikasi LinkAja[10]	Metode yang digunakan yaitu <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan aplikasi LinkAja, sedangkan penelitian selanjutnya menganalisis komparasi penerimaan pengguna <i>e-wallet</i> OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA.	Target populasi pada penelitian ini dapat ditambahkan menjadi lebih dari 30 responden tidak hanya 13 responden saja.	Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat penerimaan aplikasi LinkAja di Institut Teknologi Telkom Purwokerto dengan menggunakan metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kemudahan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung memiliki nilai tingkat signifikansi paling tinggi, yaitu <i>perceived usefulness</i> terhadap penggunaan sistem aktual, dengan nilai $0,582 > 0,05$ . Sementara itu, pengaruh secara tidak langsung memiliki nilai tingkat signifikansi paling rendah, yaitu <i>perceived ease of use</i> pada <i>actual system use</i> melalui <i>behavioral intention to use</i> dengan total nilai 0,39.

No	Judul	Comparing	Contrasing	Criticize	Synthesize	Summarize
					penggunaan, minat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan sistem secara aktual.	
3.	Analisis <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Pada <i>Intention To Transact Online</i> (Studi Kasus: <i>E-Wallet OVO</i> Di Kota Surabaya)[11]	Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dengan jenis penelitian deskriptif.	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel <i>perceived case to use, perceived usefulness, act to use, perceived trust, perceived risk</i> terhadap <i>intention to transact online</i> pada penggunaan <i>e-wallet OVO</i> . Sedangkan penelitian selanjutnya analisis komparasi penerimaan pengguna <i>e-wallet OVO</i> ,	Penelitian ini tidak menjelaskan pertanyaan kuesioner yang disebarakan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel <i>perceived ease of use, perceived usefulness, act to use, perceived trust, perceived risk</i> terhadap <i>intention to transact online</i> pada penggunaan <i>e-wallet OVO</i> .	Hasil penelitian ini yaitu variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>act to use</i> berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel <i>perceived ease of use, perceived trust, dan perceived risk</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap <i>intention to transact online</i> .

No	Judul	Comparing	Contrasing	Criticize	Synthesize	Summarize
			GoPay, ShopeePay, dan DANA menggunakan TAM.			
4.	<i>Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: Go-Pay)[12]</i>	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor mempengaruhi niat menggunakan <i>e-wallet</i> menggunakan metode TAM dan menganalisis data menggunakan SPSS.	Dalam penelitian ini membahas 12 hipotesis sehubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> GoPay di Indonesia. Sedangkan penelitian selanjutnya analisis komparasi penerimaan pengguna <i>e-wallet</i> OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA menggunakan TAM.	Dalam penelitian ini terdapat 8 hipotesis yang diterima dari 12 hipotesis sehubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> GoPay.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan <i>e-wallet</i> GoPay di Indonesia menggunakan metode TAM.	Hasil penelitian ini terdapat 8 hipotesis yang diterima <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>social influence</i> , <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived security</i> berpengaruh negatif terhadap <i>attractiveness of alternative</i> , <i>perceived security</i> berpengaruh negatif terhadap <i>attractiveness of alternative</i> , <i>perceived security</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived trust</i> , <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived value</i> ,

No	Judul	Comparing	Contrasing	Criticize	Synthesize	Summarize
						<i>perceived value</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use</i> , <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use</i> .

Berdasarkan Tabel 2.1 terdapat perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya membahas mengenai pengaruh variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *act to use*, *perceived trust*, *perceived risk*, dan persepsi keamanan terhadap penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini berfokus pada analisis komparasi penerimaan pengguna *e-wallet* OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM).

## **2.2 Dasar Teori**

### **2.2.1 Analisis Komparasi**

Analisis komparasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan adanya dua objek atau lebih. Tujuan dari analisis untuk menemukan jawaban mendasar atas sebab akibat dengan menggunakan metode atau gagasan tertentu. Hasil komparasi dapat memperlihatkan kelebihan dan kekurangan dari objek tersebut[16].

### **2.2.2 Penerimaan Pengguna**

Penerimaan pengguna adalah salah satu parameter utama dalam menentukan kesuksesan pada suatu proyek sistem informasi. Tingkat penerimaan yang tinggi terhadap sebuah sistem baru, maka semakin besar keinginan pengguna untuk menggunakan sistem. Tingkat penerimaan pengguna yang rendah, maka akan menjadi kegagalan bagi keberhasilan implementasi suatu sistem informasi baru[4].

### **2.2.3 Fintech**

*Fintech* adalah sebuah inovasi di bidang keuangan merupakan hasil perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari tradisional menjadi moderat, yang semula bertransaksi langsung dengan sejumlah uang tertentu, sekarang dapat bertransaksi jarak jauh[2]. *Fintech* merupakan suatu inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi yang dapat memfasilitasi masyarakat untuk melakukan proses transaksi keuangan[17]. Ada beberapa jenis *fintech* yang ada di Indonesia antara lain *Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding, Market Aggregator, Risk and Investment Management, Payment, Settlement, dan Clearing/Digital Wallet*[17].

### **2.2.4 E-Wallet**

*E-wallet* merupakan layanan elektronik yang menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran menurut peraturan Bank Indonesia tahun 2016 nomor 18/40/PBI/2016 untuk menampung uang, melakukan pembayaran, dan menggunakan kartu atau uang[4]. *E-wallet* adalah implementasi perangkat lunak yang membolehkan pengguna untuk

menyimpan uang secara digital, pembayaran digital, dan berbagai jenis transaksi tanpa uang tunai[18].

### **2.2.5 OVO**

OVO merupakan layanan *e-wallet* yang didirikan oleh PT. Visionet Internasional yang diresmikan pada tanggal 22 Agustus 2017. Pada Juli 2018 OVO menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan di Indonesia diantaranya Bank Mandiri, Alfamart, Grab, dan Moka. *E-wallet* OVO telah diunduh oleh lebih dari 10 juta pengguna. *E-wallet* OVO menyediakan *OVO Points* sebagai *loyalty rewards* bagi pengguna yang melakukan transaksi pada OVO Cash di *merchant-merchant* yang bekerjasama dengan OVO[19].

### **2.2.6 GoPay**

GoPay merupakan satu layanan dengan GoJek yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. Selama beroperasi, GoJek dikenal sebagai perusahaan transportasi *online* yang cukup besar di Indonesia. Setelah bisnis transportasi *online* berhasil, GoJek mulai merambah industri *fintech* dengan pengembangan fungsi GoPay. Pada tahun 2016 aplikasi GoJek meresmikan layanan GoPay setelah mendapat lisensi dari Bank Indonesia sebagai penyedia uang elektronik. Pembayaran dengan saldo GoPay dapat dilakukan di aplikasi GoJek, toko *offline* dan *online* yang bekerja sama dengan GoJek[20].

### **2.2.7 ShopeePay**

Pada akhir tahun 2018 Shopee mendapatkan lisensi *e-wallet* ShopeePay dari Bank Indonesia. Mengunduh aplikasi *e-commerce* Shopee, dapat menggunakan *e-wallet* ShopeePay untuk segala jenis transaksi. Pengisian saldo ShopeePay dapat dilakukan melalui mesin ATM, *mobile banking*, Indomaret, Alfamart dan sebagainya. ShopeePay juga menjalin kerjasama dengan berbagai aplikasi dan *merchant* lainnya[21].

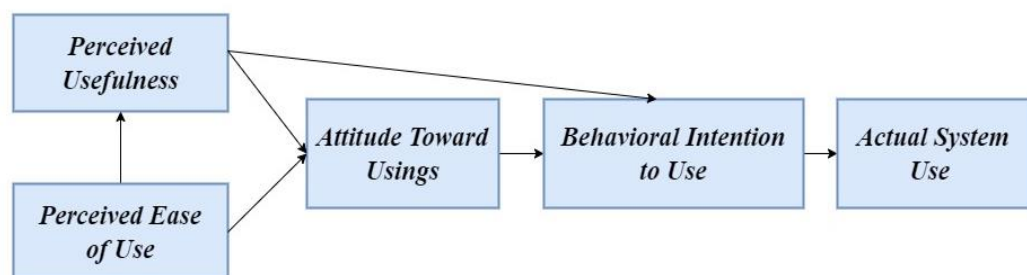
### **2.2.8 DANA**

DANA merupakan *e-wallet* yang didirikan oleh PT. Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) pada tahun 2017 yang telah memiliki lisensi dari

Bank Indonesia sebagai *e-money* dan *e-wallet*[13]. DANA adalah *e-wallet* alternatif di kalangan masyarakat Indonesia. *E-wallet* DANA menyediakan fasilitas transaksi keuangan non tunai dan non kartu yang didesain lebih cepat, praktis dan aman, hanya dengan menggunakan suatu aplikasi yang diunduh pada *smartphone* penggunaannya[13]. DANA menargetkan dua kelompok pengguna utama yaitu perorangan dan pelaku bisnis[22].

### 2.2.9 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986[13]. TAM mempunyai 2 konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). TAM menjelaskan bahwa dua konstruk utama tersebut menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi[14]. TAM mempunyai 5 konstruk yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using*), sikap untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual system use*)[15].



Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model (TAM)*[13]

Adapun penjelasan kontruksi *Technology Acceptance Model (TAM)* berdasarkan Gambar 2.1 sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa dalam menggunakan



sistem tertentu akan terbebas dari usaha menurut Davis[23].

- b. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan sebuah tingkatan dimana individu percaya atau meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu tersebut menurut pendapat Davis[23].
- c. Sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using*) merupakan konsep sikap terhadap penggunaan sebuah sistem yang berbentuk *acceptance* atau *rejection* sebagai efek apabila individu menggunakan suatu teknologi dalam menunjang pekerjaannya menurut Davis[23].
- d. Sikap untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) merupakan suatu minat atau keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan[23].
- e. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual system use*) yaitu diukur dengan jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi dan frekuensi pengguna teknologi tersebut[23].

#### 2.2.10 Populasi dan Sampel

Sugiyono berpendapat bahwa populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari subyek atau obyek dengan kuantitas dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan[24].

Sugiyono berpendapat bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang ditentukan dan dapat menjadi wakil dari seluruh populasi[24]. Pengambilan sampel dapat dilakukan menggunakan rumus Slovin[25]:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (2.1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah responden/ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir ( $e=0,1$ )

Berikut merupakan jumlah populasi masing-masing pengguna *e-wallet* OVO, GoPay, ShopeePay, dan DANA di Indonesia sebagai berikut:

- a. Populasi *e-wallet* OVO  
Jumlah populasi pengguna *e-wallet* OVO pada tahun 2021 yaitu sebanyak 20,8 juta berdasarkan sumber *website* CNBC Indonesia[26].
- b. Populasi *e-wallet* GoPay  
Jumlah populasi pengguna *e-wallet* GoPay pada tahun 2021 yaitu sebanyak 38 juta berdasarkan sumber *website* DKatadata.co.id[27].
- c. Populasi *e-wallet* ShopeePay  
Jumlah populasi pengguna *e-wallet* ShopeePay pada tahun 2021 yaitu sebanyak 10 juta berdasarkan sumber *website* CNBC Indonesia[26].
- d. Populasi *e-wallet* DANA  
Jumlah populasi pengguna *e-wallet* DANA 79 juta hingga akhir Juli 2021 berdasarkan jurnal “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi dompet digital menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*” pada tahun 2022[13].

### 2.2.11 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut[28]. Langkah untuk menguji validitas konstruk dengan cara mengkorelasi antara butir pertanyaan dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi *Person Product Moment Correlation*[28]. Setiap pertanyaan dalam kuisisioner dianggap valid yaitu jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% dan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , artinya  $n$  adalah jumlah sampel[15]. Adapun rumus uji validitas yaitu[29]:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \quad (2.2)$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ )  
 $n$  : Jumlah responden  
 $x_i$  : Jumlah skor setiap item pada instrumen  
 $y_i$  : Jumlah skor setiap item pada kriteria

### 2.2.12 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan[25]. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan yaitu konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,6[30]. Adapun rumus dalam pengujian reliabilitas yaitu[31]:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\} \quad (2.3)$$

Keterangan :

- $r_i$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Total jumlah pertanyaan  
 $\sum s_i^2$  : Jumlah varian item  
 $s_t^2$  : Jumlah varian total

### 2.2.13 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai peristiwa atau fenomena sosial[32]. Skala likert juga dikenal sebagai skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan paling banyak digunakan dalam penelitian[33]. Skala likert dapat dilihat pada Tabel 2.2 dibawah ini.

Tabel 2. 2 Skala Likert[34]

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Berikut ini merupakan langkah-langkah dalam pengolahan data antara lain menentukan total skor, menentukan interval, dan menentukan index[35]:

a. Total skor

Total skor untuk menghitung total skor pengumpulan data dengan rumus sebagai berikut :

$$Total\ skor = T \times Pn \quad (2.4)$$

Keterangan:

T : Total jumlah responden yang memilih

Pn : Pilihan angka skor likert

b. Rumus index (%)

Perhitungan dilakukan untuk mengetahui interval dan interpretasi persen untuk memahami penilaian dengan mencari interval skor persen (I). Rumus index dapat dilihat sebagai berikut :

$$Index (\%) = Total\ skor / Y \times 100\% \quad (2.5)$$

Keterangan:

Y : Skor tertinggi likert

c. Rumus interval

Perhitungan dilakukan untuk menentukan skor kriteria berdasarkan interval dari *range* kategori. Rumus interval dapat dilihat sebagai berikut:

$$I = 100/\text{jumlah skor skala likert} \quad (2.6)$$

Keterangan:

I : Interval

Kriteria interpretasi skor berdasarkan interval sebagai berikut[36]:

1. Angka 0% – 19,99% = Sangat Tidak Setuju
2. Angka 20% – 39,99% = Tidak Setuju
3. Angka 40% – 59,99% = Cukup setuju
4. Angka 60% – 79,99% = Setuju
5. Angka 80% – 100% = Sangat Setuju

#### 2.2.14 *Structural Package for the Social Sciences (SPSS)*

*Software* untuk pengolahan data statistik yang populer dan banyak digunakan di seluruh dunia adalah *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*[37].

SPSS merupakan *software user friendly* yang digunakan untuk menganalisis data dengan kemampuan analisis statistik, pengolahan data, dan sistem manajemen data dengan lingkungan grafis[38].

#### 2.2.15 Kuesioner

Sugiyono berpendapat bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab[39]. Kuesioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas[40]. Berikut merupakan pertanyaan penelitian yang diadopsi dari beberapa jurnal dapat dilihat pada Tabel 2.3 dibawah ini.

Tabel 2. 3 Pertanyaan Kuesioner

Variabel	Label	Pertanyaan	Source
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEOU1	Aplikasi <i>e-wallet</i> “X” mudah untuk digunakan.	[41],[42], [43],[44]
	PEOU2	Fitur aplikasi <i>e-wallet</i> “X” mudah dipahami.	
	PEOU3	Aplikasi <i>e-wallet</i> “X” memiliki tampilan yang jelas.	

Variabel	Label	Pertanyaan	Source
	PEOU4	Mudah bagi saya untuk mahir dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> "X".	
	PEOU5	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" fleksibel digunakan, bisa diakses kapan saja dan dimana saja.	
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" akan mempermudah transaksi.	[41],[42],[44]
	PU2	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" meningkatkan produktivitas dalam bertransaksi.	
	PU3	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi.	
	PU4	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" dapat menyelesaikan pekerjaan/tugas saya lebih cepat.	
	PU5	Saya merasa aplikasi <i>e-wallet</i> "X" berguna dalam melakukan transaksi.	
<i>Attitude Toward Using</i>	ATU1	Saya merasa senang menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> "X".	[43],[45],[41][46]
	ATU2	Menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> "X" adalah ide yang bagus.	
	ATU3	Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" bermanfaat bagi saya untuk melakukan transaksi.	
<i>Behavioral Intention to Use</i>	BI1	Saya berniat menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> "X" untuk melakukan transaksi.	[41],[42],[43],[44][46]
	BI2	Kedepannya, saya akan menggunakan Aplikasi <i>e-wallet</i> "X" secara rutin.	
<i>Actual System Use</i>	AU1	Saya sering menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> "X" untuk melakukan transaksi.	[43]