

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian penjelasan teori-teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar penelitian. Teori-teori yang digunakan adalah teori mengenai TAM, TPB, TRA, sistem pembayaran, dan literasi keuangan. Setelah teori-teori tersebut akan ditunjukkan kerangka berpikir dari penelitian ini dan akan dibahas hipotesis penelitian beserta landasan dibuatnya hipotesis-hipotesis tersebut.

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Adopsi

Adopsi adalah proses penerimaan dan penggunaan yang berkelanjutan dari sebuah produk, jasa ataupun ide. Adopsi merupakan sebuah proses yang terbentuk dari belajar, memutuskan, dan bertindak selama lebih dari suatu periode waktu. Adopsi dari sebuah budaya/praktik bukan merupakan hasil dari suatu keputusan tindakan namun dari beberapa rangkaian tindakan yang sudah diputuskan sebelumnya (Wilkening, 1956). Ada lima tahapan yang dilalui dalam proses pembuatan keputusan inovasi menurut Rogers (1983), yaitu :

1. Tahap Pengetahuan

Tahap pada saat seseorang menyadari adanya suatu inovasi dan memiliki keinginan untuk mengetahui bagaimana fungsi inovasi tersebut.

2. Persuasi

Tahap dimana individu mulai membentuk sikap perilaku apakah inovasi tersebut menguntungkan atau tidak.

3. Keputusan

Tahap dimana individu mulai melakukan kegiatan yang mengarah kepada keputusan untuk mengadopsi atau menolak inovasi.

4. Implementasi

Terjadi ketika seseorang atau lainnya membuat keputusan dengan menerapkan inovasi.

5. Konfirmasi

Pada tahap ini, seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan ia dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula.

Dalam penjelasan mengenai adopsi teknologi, sebuah teknologi adalah sebuah desain untuk instrumen tindakan yang mengurangi ketidakpastian pada hubungan sebab akibat dalam mencapai hasil yang diinginkan (Thompson, 1967). Adopsi teknologi adalah hasil atas penerimaan teknologi oleh pengguna yang didasarkan pada *perceived usefulness* serta *perceived ease of use* dalam penggunaan teknologi tersebut yang menghasilkan perilaku dan perhatian untuk menggunakan teknologi baru (Bahmanziari, Person dan Crosby, 2003). Menurut Rogers (1983), sebuah inovasi teknologi menciptakan sebuah ketidakpastian dalam pikiran pengadopsi potensialnya (dengan konsekuensi yang telah diprediksi)

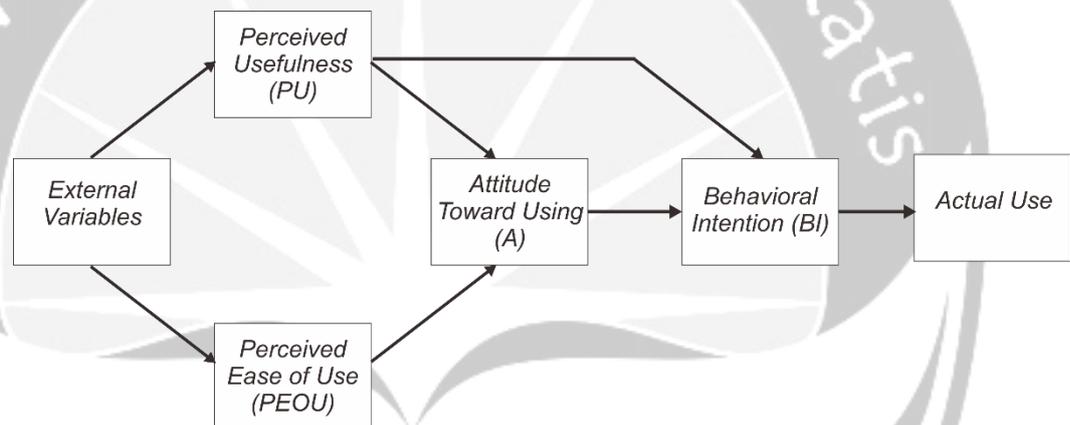
dimana juga merupakan peluang untuk mengurangi ketidakpastian lainnya. Potensi pengurangan ketidakpastian tersebut merepresentasikan inovasi untuk pemecahan kebutuhan atau masalah individu. Menurut Rogers (dalam Sholahuddin, 2017), persepsi individu tentang karakteristik inovasi itu dapat memprediksikan *rate of adoption* atau tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi. Terdapat lima karakteristik karakteristik inovasi menurut Rogers (1983) yaitu keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemampuan diujicobakan (*trialability*) dan kemampuan diamati (*observability*).

Ada 3 model perilaku adopsi sistem informasi yaitu *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989), *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975) dan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yaitu *Theory Planned Behaviour* (Ajzen, 1985).

2.1.2. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Fred Davis (1998). Model ini didesain untuk memprediksi bagaimana penerimaan/adopsi teknologi informasi dan penggunaannya oleh pengguna. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi sistem informasi. Pada model TAM, tingkat penerimaan penggunaan teknologi sistem informasi ditentukan oleh lima konsep yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to*

use), dan kondisi aktual penggunaan sistem (*actual system usage*). Berdasarkan gambar model diatas, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sama-sama dipengaruhi oleh variabel eksternal terkait dengan karakteristik suatu sistem yang dapat meningkatkan minat pengguna. Melihat dari sisi pengaruh terhadap sistem teknologi informasi maka model ini lebih berfokus pada faktor persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan faktor persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dalam penggunaan teknologi .



Sumber: Davis, 1989

Gambar 3

Technology Acceptance Model

2.1.3. Theory of Reasoned Action (TRA)

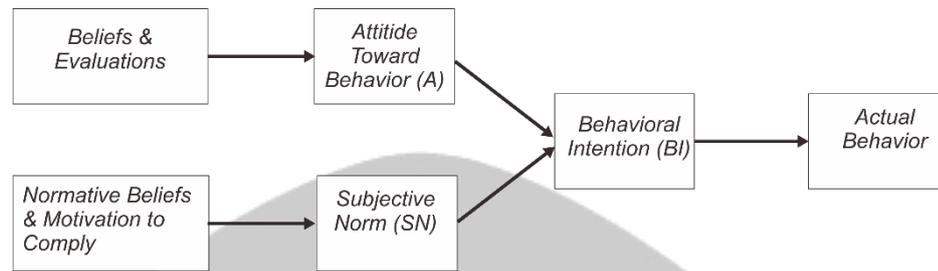
Theory of Reasoned Action (TRA) diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen. Teori ini telah diaplikasikan untuk menjelaskan perilaku terhadap adopsi teknologi. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behaviour*).

Teori ini mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif akan menentukan kehendak untuk berperilaku. Sikap mempengaruhi

perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan dan dampaknya terbatas hanya pada tiga hal (Ajzen, 1991), antara lain:

1. Perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu.
2. Perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subjektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat.
3. Sikap terhadap suatu perilaku bersama norma-norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu.

Didalam *Theory of Reasoned Action* (TRA), sikap (*attitude*) akan menjadi alat prediksi yang paling dominan dalam menentukan kehendak/intensi (*intention*). Sedangkan, kehendak (*intention*) merupakan prediktor terbaik perilaku (*behaviour*), artinya jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang, cara terbaik adalah mengetahui kehendak orang tersebut. Namun, seseorang dapat membuat pertimbangan berdasarkan alasan-alasan yang sama sekali berbeda (tidak selalu berdasarkan kehendak). Namun sejatinya, kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subjektif (Jogiyanto, 2007).



Sumber: Fishbein dan Ajzen, 1975

Gambar 4

Theory of Reasoned Action

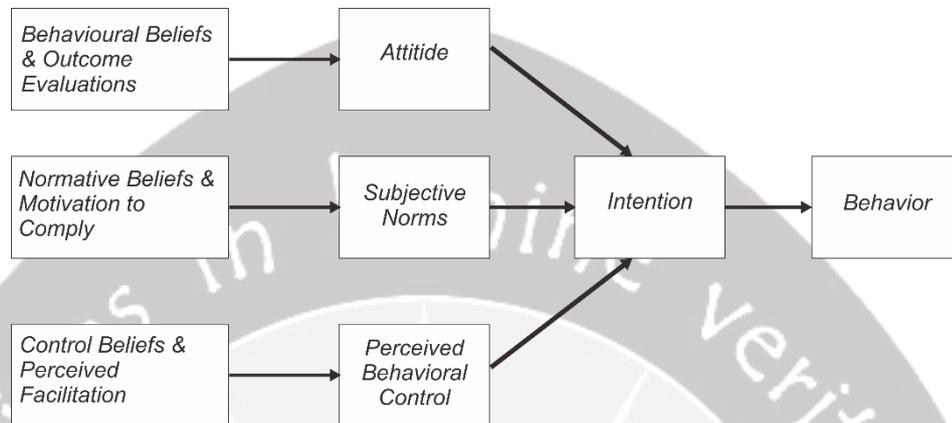
2.1.4. Theory Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lanjutan yang ditujukan untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik oleh Ajzen (1985) dari teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Menurut Grizzell (dalam Nuary, 2010) *Theory of Planned Behavior* adalah *Theory of Reasoned Action* yang disempurnakan dengan penambahan *Perceived Behavior Control*. Wellington *et al.*, (dalam Nuary, 2010) menyatakan bahwa teori ini memiliki keunggulan dibandingkan teori keperilakuan lainnya, karena teori ini merupakan teori perilaku yang dapat mengidentifikasi keyakinan seseorang terhadap pengendalian atas sesuatu yang akan terjadi dari hasil perilaku, sehingga hal ini membedakan antara perilaku seseorang yang berkehendak dan yang tidak berkehendak. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional sehingga akan memperhitungkan implikasi dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan suatu perilaku.

Dalam *Theory Planned Behavior* selain terdapat *behavioural attitude* dan norma subjektif juga terdapat elemen lainnya seperti *perceived behavioural control*, *behavioural intentions* dan juga *actual behaviour*. Namun, untuk pengaplikasian model berdasarkan teori ini khususnya dalam adopsi sistem teknologi informasi maka terdapat 5 konsep antara lain yaitu *behavioural attitude*, *subjective norms*, *behavioural control*, *intention to use* dan *actual use*.

Ajzen (2005) mengemukakan, bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*). Dimana keyakinan ini berkaitan dengan penilaian subjektif individu terhadap dunia sekitarnya dengan menghubungkan antara perilaku tertentu dengan manfaat ataupun kerugian yang mungkin akan diperoleh apabila individu tersebut melakukan ataupun tidak melakukannya sehingga dapat memperkuat sikap terhadap perilaku tersebut apabila perilaku yang dilakukan dapat memberikan keuntungan atau tidak berdasarkan evaluasi yang dilakukan. Norma subjektif (*subjective norms*) adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu (Neila Ramadhani, 2011). Persepsi kontrol perilaku atau dapat disebut dengan kontrol perilaku adalah persepsi individu

mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005).



Sumber: Mathieson, 1991

Gambar 5

Theory of Planned Behavior

2.1.5. Sistem Pembayaran

Sistem Pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Media yang digunakan untuk pemindahan nilai uang tersebut sangat beragam, mulai dari penggunaan alat pembayaran yang sederhana sampai pada penggunaan sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai lembaga berikat aturan mainnya. Kewenangan mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran di Indonesia dilaksanakan oleh Bank Indonesia yang dituangkan dalam Undang Undang Bank Indonesia.

Instrumen pembayaran di Indonesia dapat berupa tunai dan non tunai. Instrumen pembayaran tunai adalah mata uang yang berlaku di Indonesia, yaitu Rupiah, yang terdiri dari uang logam dan uang kertas. Selain itu, ada pula instrumen pembayaran non tunai disediakan terutama oleh sistem

perbankan. Instrumen yang disediakan terdiri dari instrumen yang berbasis warkat, seperti cek, bilyet giro, nota debet, dan nota kredit, serta instrumen yang berbasis bukan warkat, seperti kartu ATM, kartu debet dan kartu kredit. Penggunaan alat pembayaran nontunai semakin meningkat oleh banyaknya inovasi yang diciptakan baik oleh perbankan dan perusahaan selain perbankan, seperti inovasi uang elektronik berbasis kartu dan berbasis *server*, dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

2.1.5.1. Uang

Menurut Solikin & Suseno (2002), uang memiliki fungsi sebagai :

- 1) alat tukar (*medium of exchange*),
- 2) alat penyimpanan nilai (*store of value*),
- 3) satuan hitung (*unit of account*), dan
- 4) ukuran pembayaran yang tertunda (*standard for deffered payment*)

Ada 3 motif dalam memegang uang menurut Keynes, yaitu :

- 1) motif transaksi,
- 2) motif berjaga-jaga dan
- 3) motif spekulasi.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, dijelaskan bahwa uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;

- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*; dan
- c. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Nilai Uang Elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Berdasarkan lingkup penyelenggaraannya, Uang Elektronik dibedakan menjadi:

- a. *closed loop*, yaitu Uang Elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut; dan
- b. *open loop*, yaitu Uang Elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang bukan merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut.

Uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan:

- a. media penyimpan Nilai Uang Elektronik berupa:
 - 1) *server based*, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa server; dan
 - 2) *chip based*, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa *chip*; dan

b. pencatatan data identitas Pengguna berupa:

- 1) *unregistered*, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada Penerbit; dan
- 2) *registered*, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya terdaftar dan tercatat pada Penerbit.

Tabel 1

**Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia
Per 24 Mei 2019**

No.	Nama	Nama Produk <i>Server Based</i>	Nama Produk <i>Chip Based</i>
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT E-Money	-
2.	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku	Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel	-
4.	PT Bank DKI	Jakarta One (JakOne)	JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash	Mandiri e-Money
6.	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual	Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu	TapCash
8.	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money	Nobu e-Money
9.	PT Bank Permata	BBM Money	-
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T bank	Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	FinnChannel	-
12.	PT Indosat Tbk	PayPro (d/h Dompotku)	-
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay	-
14.	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money	SkyeCard
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Flexy Cash	iVas Card
16.	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash	Tap Izy
17.	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai	-
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku	-
19.	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	Gopay	-
20.	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney	-
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana (d/h Unik)	-
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	-

No.	Nama	Nama Produk <i>Server Based</i>	Nama Produk <i>Chip Based</i>
27.	PT Inti Dunia Sukses	iSaku	-
28.	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren	-
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro (d/h PayU)	-
30.	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash	-
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 Tbk	Simas E-Money	-
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash	-
37.	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja	-
38.	PT Max Interactives Technologies	Zipay	-

Sumber: Bank Indonesia.

Beberapa indikator yang dapat dipergunakan untuk menghitung penggunaan sarana pembayaran non tunai adalah (Markose and Loke, 2000: BIS, 1999):

- 1) Volume dan nilai transaksi yang dilakukan melalui kliring antar bank, ATM, kartu debit, kartu kredit, dan kartu Prabayar.
- 2) Rasio konsumsi terhadap uang beredar.

Menurut Perry Warjiyo, Direktur Riset Ekonomi dan Kebijakan Moneter Bank Indonesia pada Seminar Internasional “*Towards a Less Cash Society in Indonesia*”, untuk Indonesia ada 3 indikator yang dapat dipergunakan dalam menghitung penggunaan sarana pembayaran non tunai, yaitu transaksi Sistem BI-RTGS, alat pembayaran dengan menggunakan kartu, dan rasio konsumsi terhadap uang beredar.

2.1.5.2. Peranan Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian

Pembayaran nontunai memberikan manfaat melalui pendapatan bunga, *fee base income* dan pembiayaan tanpa bunga (khusus kartu Prabayar / *e-money*) yang diterima Bank atau penerbit APMK,

mendorong kenaikan tingkat konsumsi dan *velocity of money* serta mendorong aktivitas sektor riil dan pertumbuhan ekonomi.

Pembayaran non tunai juga berdampak pada kebijakan moneter. Perkembangan alat pembayaran non tunai menggunakan kartu seperti kartu ATM dan kartu debit dengan tabungan sebagai *underlying*-nya dapat berimplikasi pada konsep perhitungan uang beredar dalam arti sempit (M1) dan dalam arti luas (M2). Hal ini terjadi karena pergeseran fungsi tabungan dari simpanan yang tidak dapat ditarik sewaktu-waktu (M2) menjadi jenis simpanan yang dapat ditarik sewaktu-waktu sebagaimana halnya simpanan giral (M1). Penerbitan *e-money* oleh bank akan menyebabkan pergeseran simpanan masyarakat di bank dari tabungan dan deposito atau giro ke dalam bentuk *float* yang tetap masih dalam sisi kewajiban neraca bank. Sepanjang variabel *float* dari *e-money* telah dikategorikan sebagai komponen M1, penerbitan *e-money* oleh bank hanya akan menyebabkan pergeseran (*shifting*) dari tabungan (S) atau deposito (T) ke dalam bentuk *float e-money* atau perubahan komponen M2 menjadi M1. Dalam hal penerbit adalah lembaga non bank, penerbitan *e-money* berpotensi mengurangi simpanan masyarakat pada perbankan jika dana *float e-money* tidak (atau hanya sebagian) ditempatkan kembali pada bank umum. Berdasarkan kajian *e-money* terhadap kebijakan moneter dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) *Float e-money* selayaknya diperhitungkan sebagai bagian dari M1.

- b) Dampak *e-money* terhadap efektivitas *Monetary Agregat* (M1 dan M2) sebagai indikator moneter, tergantung pada skenario sumber dana yang digunakan untuk *e-money* tersebut yaitu apakah menggunakan uang tunai, rekening giro (D) atau tabungan (S) dan Deposito (T).
- c) Berdasarkan pendekatan *Real Money Balances Approach*, peningkatan penggunaan *e-money* berdampak pada meningkatnya *velocity of money*.
- d) Terkait dengan dampak *e-money* terhadap simpanan masyarakat di bank, maka potensi penurunan simpanan terjadi apabila *e-money* diterbitkan oleh non-bank dan *float e-money* tidak (atau hanya sebagian) ditempatkan kembali pada bank.
- e) Terkait dengan dampak *e-money* terhadap GWM :
1. GWM sebagai salah satu instrumen pengendalian likuiditas moneter tidak akan terganggu selama *float e-money* sepenuhnya ditempatkan kembali di dalam sistem perbankan.
 2. Bila terjadi pelarian dana *float e-money* ke dalam penempatan asset likuid lainnya, maka dapat diprediksikan terjadinya penurunan efektivitas GWM, karena GWM saat ini hanya dikenakan kepada bank umum yang melakukan penghimpunan dana masyarakat.
- f) Implikasi terhadap pendapatan seigniorage

Apabila pendapatan seigniorage dilihat sebagai pendapatan bank sentral akibat selisih nilai nominal (*face value*) dengan biaya produksi, maka secara riil pendapatan ini baru akan muncul sebagai pendapatan apabila terdapat uang kartal yang sudah ditarik dari peredaran namun tidak ditukarkan ke Bank Indonesia sampai dengan batas akhir penukaran.

2.1.6. Literasi Keuangan

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2017) dalam Materi Gerakan Literasi Nasional, mengatakan bahwa Literasi Finansial adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat. Menurut OJK pada SNLKI Revisit 2017, literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, dan meyakini lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera. Alasan yang mendasari perlunya aspek sikap dan perilaku keuangan dalam literasi keuangan adalah program literasi

keuangan yang hanya mengandalkan pendekatan pengetahuan saja tidak dapat mengubah perilaku seseorang apabila mereka tidak memiliki sikap dan motivasi yang sesuai (World Bank, 2016).

Sedangkan menurut Rooji Lusardi & RobAlessie (2011), Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam penggunaan dan pengelolaan uang. Komisi Literasi dan Edukasi Keuangan AS dalam Basu (2005) literasi keuangan merupakan kemampuan dalam membuat penilaian berdasarkan informasi yang tersedia dan pengambilan keputusan secara efektif dalam penggunaan dan pengelolaan uang saat ini dan masa depan.

Pemahaman terhadap literasi keuangan akan memberikan manfaat tersendiri untuk seorang individu (Remund, 2010):

- a) Literasi keuangan akan memberikan pengetahuan dalam pengelolaan neraca keluarga secara lebih hati-hati, sehingga dapat mengurangi risiko dalam kekurangan dana.
- b) Masyarakat yang memiliki tingkat keuangan yang tinggi diharapkan dapat memanfaatkan produk dan jasa keuangan.
- c) Peningkatan dalam literasi keuangan akan membuat individu lebih cerdas dalam menentukan pilihan investasi dan produk keuangan. Sehingga akan berdampak pada inisiatif dari lembaga keuangan dalam menjawab permintaan konsumen secara inovatif sehingga akan mengarah ke sistem keuangan yang lebih dinamis dan efisien.

- d) Literasi keuangan individu akan membantu dalam memahami mengenai risiko institusi keuangan tertentu serta produk dan jasa keuangan sehingga akan lebih mengurangi risiko dalam berinvestasi. Literasi keuangan yang baik akan mendorong dalam pengelolaan risiko secara lebih hati-hati.

Pelaksanaan edukasi dalam rangka meningkatkan keuangan masyarakat sangat diperlukan karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK pada 2013, bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni:

- a) *Well literate*, yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- b) *Sufficient literate*, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
- c) *Less literate*, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- d) *Not literate*, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak

memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Literasi Keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu:

- a) Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*;
- b) Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.

Agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami dengan benar manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bagi masyarakat, Literasi Keuangan memberikan manfaat yang besar, seperti:

- 1) Mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan; memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik;
- 2) Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas;
- 3) Mendapatkan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan. Literasi Keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan masyarakat, maka

semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Isaiiah Lule (2011) Thesis yang tidak dipublikasikan.	<i>Application of Technology Acceptance Model in Mobile Banking Adoption In Kenya</i>	1. <i>Perceived Ease of Use</i> 2. <i>Perceived Usefulness</i> 3. <i>Self Efficacy</i> 4. <i>Perceived Credibility</i> 5. <i>Perceived Finance Cost</i> 6. <i>Normative Pressure</i> 7. <i>Attitude Toward Adoption</i> 8. <i>Adoption</i>	<i>Perceived ease of use, perceived usefulness, self efficacy, financial cost, normative pressure, dan attitude</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi layanan <i>Mobile Banking</i>
2.	Jeong Hee Yeo, Ph.D dan Patti J. Fisher, Ph.D. (2017) <i>Journal of Education & Social Policy, vol.7.</i>	<i>Mobile Financial Technology and Consumers' Financial Capability in the United States</i>	1. <i>Attitude</i> 2. <i>Perceived Behavioral Control</i> 3. <i>Subjective Norms</i> 4. <i>Perceived Utility</i> 5. <i>Perceived Ease of Use</i> 6. <i>Perceived Benefit</i> 7. <i>Perceived Risks</i> 8. <i>Financial Capability</i>	1. <i>Perceived behavioural control, subjective norms, dan perceived utility</i> memiliki pengaruh terhadap adopsi <i>mobile financial services</i> . 2. Variabel lain seperti <i>attitude, perceived ease of use, perceived benefits dan perceived costs</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan. 3. Laki-laki secara signifikan mengadopsi <i>mobile financial services</i>

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
				dan memiliki nilai yang tinggi pada <i>money management, making financial choices, dan staying informed about financial services.</i>
				4. Tingginya penggunaan <i>mobile financial services</i> berhubungan dengan tingginya tingkat <i>financial capability</i> .
3.	Volpe <i>et al.</i> (1973) <i>Financial Services Review, vol.7.</i>	<i>An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students</i>	Program studi, tahun menempuh kuliah, jenis kelamin, pendapatan, kewarganegaraan, pengalaman kerja, umur, suku.	Terdapat perbedaan tingkat literasi berdasar tingkat semester, jenis kelamin, umur dan pendapatan.
4.	Nuka (2015) <i>Journal of Empirical Indonesian Economy and Business, vol. 30.</i>	<i>Financial Literacy Among University Students: Evidence From Indonesia</i>	Jenis kelamin, umur, status pernikahan, tingkat pendidikan, program studi, pendapatan, pengalaman bekerja.	Literasi keuangan mahasiswa rendah. Pria yang mengambil kuliah jurusan ekonomi dan bisnis memiliki tingkat literasi keuangan terbaik dibanding lainnya

Sumber: Penelitian-Penelitian Terdahulu

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Attitude*

TAM menyebutkan bahwa penerimaan teknologi informasi sistem oleh user ditentukan oleh kehendak (*intention*) user untuk menggunakan sistem/teknologi tersebut. Persepsi kebermanfaatannya (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) dapat digunakan untuk

memprediksi kehendak menggunakan (*usage intention*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga dapat dijadikan alat prediksi dari persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*). Berdasarkan TRA, keyakinan pengguna akan berpengaruh terhadap sikap perilakunya (*attitude toward adoption*). *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan keyakinan maka keduanya juga mempengaruhi sikap perilaku pengguna (*attitude toward adoption*). Maka,

H1 : *Perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik.

H2 : *Perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) dalam menggunakan uang elektronik.

H3 : Sikap perilaku (*attitude toward adoption*) memiliki pengaruh positif terhadap kehendak untuk menggunakan (*adoption*) uang elektronik.

2.3.2. *Perceived Credibility*

Perceived credibility terdiri dari dua instrumen penting yaitu privasi dan keamanan. Keamanan (*security*) adalah pengamanan informasi atau sistem dari gangguan atau kebocoran. Ketakutan akan rendahnya keamanan diidentifikasi sebagai penyebab pertumbuhan dan pengembangan teknologi terutama pada adopsi uang elektronik. Pengaruh *perceived*

credibility terhadap kehendak untuk menggunakan memiliki pengaruh yang signifikan (Wang *et al.*, 2003). Maka,

H4 : *Perceived credibility* memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) menggunakan uang elektronik.

2.3.3. Subjective Norms

Seperti yang dikatakan Ajzen (1991) bahwa perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma-norma subjektif (*subjective norms*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita perbuat. Norma-norma subjektif (*subjective norms*) terdiri dari keyakinan struktur normatif dan pengaruh sosial dari kelompok ataupun orang-orang yang memiliki hubungan dekat dengan individu seperti teman, keluarga, kolega, ataupun media massa.

H5 : *Subjective norms* berpengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) menggunakan uang elektronik.

2.3.4. Perceived Finance Cost

Berdasarkan teori perilaku pengambilan keputusan, apabila konsumen memiliki persepsi bahwa biaya dari penggunaan uang elektronik dapat diterima maka konsumen akan mengadopsi uang elektronik dengan mudah dan menggunakannya. Menurut Mathieson *et al.*, (2001), motivasi ekonomi dan pengeluaran merupakan fokus utama dalam studi penerimaan sistem informasi. Variabel ini ditambahkan oleh Luarn & Lin (2014) pada penelitian adopsi *mobile banking* yang mengatakan bahwa pertimbangan

biaya dapat mencegah banyak orang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Maka,

H6 : *Perceived finance cost* memiliki pengaruh negatif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) untuk menggunakan uang elektronik.

2.3.5. *Self Efficacy*

Penemuan dari penelitian sebelumnya, (Wang *et al.*, 2003; Luam dan Lin, 2005; McFarland dan Hamilton, 2006), menegaskan bahwa pentingnya tingkat pemahaman dari efikasi diri dalam adopsi teknologi. Efikasi diri yaitu tingkat kepercayaan individu pada kemampuannya dalam menggunakan teknologi. Dalam studi Lule (2011), mengatakan bahwa *perceived self efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *mobile banking* di Kenya. Maka,

H7 : *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) menggunakan uang elektronik.

2.3.6. *Financial Literacy*

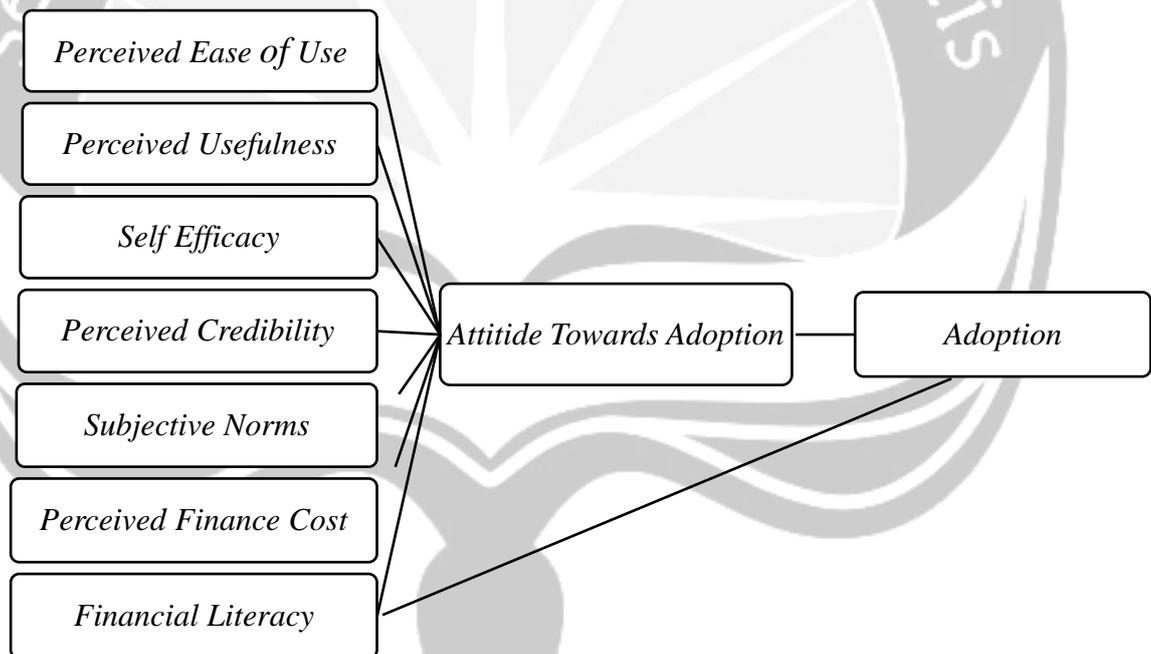
Studi yang dilakukan oleh Tustin (2010) memperlihatkan bahwa pelatihan literasi keuangan membudayakan pola pikir dan kecerdasan keuangan serta memotivasi masyarakat untuk merencanakan dan mengelola keuangannya. Survei Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2013 menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi

keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya. Maka,

H8 : *Financial Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward adoption*) untuk menggunakan uang elektronik

H9 : *Financial Literacy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap adopsi uang elektronik tanpa melalui sikap perilaku (*attitude toward adoption*).

2.4. Kerangka Berpikir



Sumber: Lule Isaiiah, 2011 dengan Modifikasi

Gambar 6
Kerangka Penelitian