

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meliputi penjelasan teori-teori sebagai dasar penelitian yang digunakan oleh peneliti. Teori-teori yang digunakan adalah teori mengenai TAM, literasi keuangan, platform digital untuk investasi reksadana, investasi, reksadana, dan PT Bibit Tumbuh Bersama (Bibit). Setelah penjelasan teori-teori, dilanjutkan dengan pembuatan kerangka berpikir dan akan dibahas juga hipotesis penelitian serta landasan yang dibuat dari hipotesis-hipotesis tersebut.

#### **2.1 Landasan Teori**

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

Menurut Davis (1989: 187) dan Davis *et al.* (1989:187) dijelaskan bahwa beberapa model diciptakan untuk menganalisis serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dari penggunaan suatu teknologi komputer, yang dapat ditemukan dalam berbagai literatur dan juga referensi hasil riset dibidang teknologi informasi seperti *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, dan juga *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Pada awalnya, Model TAM diadopsi dari model TRA sebagai teori tindakan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) akan mempengaruhi sikap seseorang untuk menerima suatu teknologi tersebut. Salah satu faktor yang berpengaruh adalah persepsi pengguna terhadap kemanfaatan/kegunaan suatu teknologi dan kemudahan penggunaan dalam penerimaan suatu teknologi yang menjadikan alasan seseorang untuk melihat dan menyadari manfaatnya serta kemudahan dalam penggunaan TI yang membentuk perilaku seseorang sebagai tolak ukur untuk menerima suatu teknologi tersebut.

Teori psikologis berkembang menjadi Model TAM yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*),

sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan juga hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*).

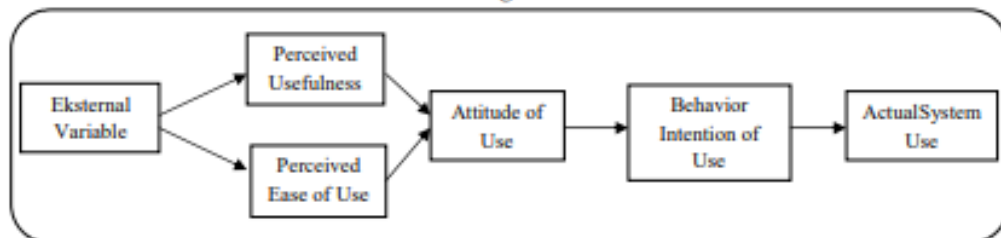
Menurut Davis (1989:982-1003), terdapat 2 konsep utama yang dipercaya dalam *user acceptance* yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived of usefulness* (kemanfaatan/kegunaan). Konsep ini memiliki faktor sikap dari masing-masing perilaku pengguna. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi sistem informasi untuk tidak memerlukan usaha yang besar untuk mempelajarinya dan juga dapat memudahkan suatu pekerjaan. *Perceived of usefulness* merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya dan juga dapat mendatangkan manfaat bagi penggunaannya.

Kerangka TAM memiliki 5 (lima) variabel penting dalam model ini yang dapat membantu menjelaskan penerimaan sebuah sistem teknologi baru oleh masyarakat, antara lain: Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*), persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention To Use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage*).

Berikut ini merupakan gambar konstruk awal TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Gambar 2.1

Kerangka TAM



Sumber: Davis (16: 1989) dalam Feronica Mayasari, Elisabeth Pentti Kurniawati, dan Paskah Ika Nugroho (3: 2011).

#### **2.1.1.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Persepsi tentang kemudahan penggunaan (Davis F. D., 1989) merupakan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi sistem informasi untuk tidak memerlukan usaha yang besar untuk mempelajarinya dan juga dapat memudahkan suatu pekerjaan, teori ini juga didukung oleh (Budiman & Arza, 2013) dan (Yuliyani, Budiman, & Dewi, 2016). Kemudahan penggunaan terhadap teknologi merupakan ukuran suatu sistem yang bebas hambatan di masa depan dan juga memperhatikan kepuasan untuk penggunaannya (Wang, Wang, Lin, & Tang, 2003). Konsep ini merangkum tujuan penggunaan teknologi informasi dan juga kemudahan penggunaan pada sistem yang berkaitan dengan harapan dan keinginan penggunaannya. Terdapat indikator kemudahan penggunaan terhadap teknologi informasi, antara lain: kemudahan untuk mempelajari, pengerjaan yang mudah sesuai dengan hal yang diinginkan pengguna, mudah dalam operasi, dan keterampilan yang meningkat (Budiman & Arza, 2013).

#### **2.1.1.2 Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)**

*Perceived Usefulness* (Davis F. D., 1989) mendefinisikan sebagai suatu ukuran yang dipercaya dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya dalam menggunakan suatu teknologi. Menurut Wang, Wang, Lin, & Tang (2003) menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) mendefinisikan tingkat kepercayaan seseorang pada penggunaan suatu sistem yang dapat meningkatkan kinerja penggunaannya. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja, dan efektivitas (Davis F. D., 1989). Menurut Arif (2007) dalam (Budiman & Arza, 2013) *Perceived Usefulness* memiliki dimensi kegunaan atau kemanfaatan yang berarti membuat suatu pekerjaan menjadi lebih baik, bermanfaat, dan juga dapat meningkatkan produktivitas.

### **2.1.1.3 Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)**

*Attitude Toward Using* dalam TAM didefinisikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang wujudnya seperti penerimaan atau penolakan yang dapat mempengaruhi seseorang saat menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1993:475-487). Menurut Hoppe *et al.* (2001:248) Sikap memiliki arti sebagai penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi. Sikap juga menentukan hal apa yang disukai dan hal apa yang tidak disukai. Sikap seseorang mencakup cara pandang / unsur kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), serta komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*) (Widyarini, 2005:101-123).

### **2.1.1.4 Minat Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*)**

Minat perilaku pengguna (*Behavioral Intention to Use*) adalah kecenderungan sikap ataupun perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis F. D., 1989). Minat perilaku dalam penggunaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan, manfaat dan kenyamanan dari teknologi tersebut. Tingkat penggunaan suatu teknologi dapat diperhatikan dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya. Menurut Arief Hermawan (2008) dalam Suseno (2009) menjelaskan bahwa minat perilaku pengguna teknologi (*behavioral intention to use*) sebagai keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur minat penggunaan suatu teknologi yaitu untuk menyelesaikan pekerjaan (*carrying out the task*) dan rencana pemanfaatan di masa mendatang (*planned utilization in the future*) (Gardner & Amoroso, 2004).

### **2.1.1.5 Penggunaan Nyata Sebuah Sistem (*Actual System Usage*)**

Penggunaan nyata sebuah sistem (*Actual System Usage*) adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepsikan dalam bentuk

pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi (Arief Wibowo, 2006). *Actual System Usage* merupakan perilaku nyata untuk mengadopsi suatu sistem. Menurut Rigopoulos dan Askounis (2007:1-5) *Actual usage* diukur sesuai dengan penggunaan yang berulang dan penggunaan yang lebih sering. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika pengguna percaya bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan juga mampu meningkatkan produktivitas, yang terlihat sesuai dengan perilaku nyata dalam penggunaannya. Terdapat 3 (tiga) indikator untuk mengukur *actual to use* yaitu pengguna menggunakan sistem tersebut dengan sungguh-sungguh, frekuensi seberapa seringnya pengguna menggunakan suatu sistem dan yang terakhir adalah kepuasan yang diperlihatkan sendiri oleh pengguna melalui sikap dan motivasi sehingga dapat tersampaikan kepada pengguna lain (Wibowo, 2008).

### **2.1.2 Persepsi Kredibilitas (*Perceived Credibility*)**

Persepsi Kredibilitas (*Perceived Credibility*) merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Persepsi Kredibilitas didefinisikan oleh Wang *et al.* (2003) yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang yang percaya dalam bertransaksi dan privasi informasi pengguna dijaga dengan aman yang akan berpengaruh pada penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi. Persepsi Kredibilitas telah terbukti secara empiris mempengaruhi *user acceptance*. (Reza, dikutip dalam Wang *et al.*, 2003) Persepsi kredibilitas biasanya impersonal dan bergantung pada reputasi, informasi dan pemikiran ekonomi (Ba dan Pavlou, 2002). Hal ini lebih terkait dengan penilaian seseorang dalam isu-isu privasi dan keamanan sistem teknologi. Akibatnya, persepsi kredibilitas digunakan sebagai konstruk baru untuk mencerminkan masalah keamanan dan privasi dalam penerimaan sistem teknologi.

### 2.1.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan keuangan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan. Menurut Vitt dkk. (2000), literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk membaca, mengelola, menganalisis, serta berkomunikasi mengenai kondisi keuangan supaya memiliki masa depan yang lebih sejahtera. Kedua konsep di atas secara eksplisit memaparkan bahwa literasi keuangan menjadi kunci strategis untuk meningkatkan kesejahteraan finansial yang berdampak terhadap peningkatan kualitas hidup. Seseorang dengan keterampilan serta pengetahuan yang baik dalam memahami produk keuangan sangat mampu untuk menentukan keputusan keuangan jangka pendek yang tepat, dan juga dapat membuat perencanaan keuangan dalam jangka yang panjang. Alasan yang mendasari pentingnya 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).

Otoritas Jasa Keuangan mengklasifikasi tingkat literasi keuangan menjadi empat bagian, yaitu :

1. *Well literate*, seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan, produk jasa keuangan, fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2. *Sufficient literate*, seseorang yang mempunyai pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan, produk jasa keuangan, fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
3. *Less literate*, seseorang hanya dengan memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.



4. *Not literate*, seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan, produk jasa keuangan, fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

#### **2.1.4 Inklusi Keuangan**

Inklusi keuangan didefinisikan sebagai proses yang memudahkan akses, ketersediaan layanan keuangan, dan manfaat dari sistem keuangan formal bagi seluruh masyarakat. Bank Indonesia (2013) menjelaskan bahwa inklusi keuangan merupakan upaya yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses dan memanfaatkan layanan jasa keuangan. Indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat inklusi keuangan sebuah negara adalah ketersediaan/ akses untuk menggunakan jasa keuangan formal dalam hal keterjangkauan fisik maupun harga, serta kemudahan penggunaan produk-produk layanan keuangan.

#### **2.1.5 Investasi**

Investasi merupakan komitmen yang dijalankan saat ini terhadap beberapa modal ataupun sumberdaya yang lain, dengan tujuan untuk mendapatkan beberapa keuntungan di masa depan (Tandelilin, 2010). Menurut Jogiyanto Hartono (2017: 5), investasi ialah aktivitas untuk penundaan konsumsi saat ini, serta berikutnya dimasukkan ke aktiva produktif dalam periode waktu tertentu. Menurut Bodie *et al.* (2016:1) investasi merupakan perjanjian yang berlangsung saat ini atas uang ataupun sumber daya lain yang memiliki target untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Sedangkan, penafsiran investasi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) merupakan penanaman beberapa modal ataupun dana ke dalam industri ataupun sesuatu proyek yang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas,

investasi menurut penulis merupakan sejumlah aktivitas dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki saat ini dan dimasukkan ke aktiva produktif dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa depan sebagai imbalan atas resiko serta waktu yang terkait dengan investasi tersebut.

### **2.1.6 Minat Investasi**

Minat berarti sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan keinginan, kehendak atau kesukaannya. Dengan demikian memberikan makna bahwa minat sebagai suatu keinginan terhadap sebuah objek dan setelah muncul rasa minat, maka seseorang akan melakukan aktivitas yang disukai. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan (Khairani, 2014). Definisi minat dalam penelitian ini berkaitan dengan investasi. Oleh karena itu, pengertian investasi yang dilihat dari sudut pandang ekonomi merupakan komitmen untuk mengorbankan sejumlah dana dengan jumlah yang pasti pada saat ini untuk mendapatkan keuntungan di masa depan (Azis, 2010). Pada dasarnya, tindakan seseorang dilakukan untuk memenuhi keinginannya terhadap objek yang dianggap dapat menimbulkan minat seperti keinginan mencari tahu mengenai jenis-jenis investasi, mampu meluangkan waktu untuk mempelajari banyak hal dalam berinvestasi dan tentunya mencoba berinvestasi. Minat memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap aktivitas yang dilakukan. Dengan demikian seseorang yang memiliki minat untuk berinvestasi akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginan seseorang dalam berinvestasi dengan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan investasi dan menerapkannya seperti halnya dengan rajin mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut, mengikuti seminar mengenai investasi tersebut, membaca buku mengenai investasi agar memiliki pengetahuan yang baik mengenai investasi, menambah porsi investasi mereka yang sudah ada, serta dapat mencoba untuk



mempraktikkannya (Kusmawati, 2011). Hal ini memiliki pengetahuan, antara lain jenis investasi, tingkat return dalam berinvestasi, tingkat risiko dalam berinvestasi, serta cara memilih investasi yang tepat.

### **2.1.7 Reksadana**

Menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasal 1 ayat 27 Reksadana didefinisikan sebagai suatu wadah yang digunakan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat pemodal yang selanjutnya dapat diinvestasikan dalam Portofolio Efek oleh Manajer Investasi.

Reksadana (mutual fund) ialah produk investasi dalam wadah yang berisi sekumpulan sekuritas yang biasanya dikelola oleh industri investasi serta dibeli oleh investor (Tandelilin, 2010).

Widjaja dan Mahayuni (2009) menjelaskan bahwa karakteristik pada reksadana, yaitu:

1. Reksadana merupakan kumpulan dana dari pemilik (investor).
2. Dana yang dikumpulkan diinvestasikan dalam berbagai instrumen investasi.
3. Reksadana dikelola oleh manajer investasi yang dipercaya sebagai pengelola dana milik investor.
4. Reksadana merupakan instrumen investasi dalam jangka menengah dan jangka panjang yang berisiko.
5. Keuntungan atau kerugian investasi pada reksa dana dapat dilihat dari perubahan Nilai Aktiva Bersih (NAB) yang digunakan sebagai dasar pembelian dan penjualan unit penyertaan.

Terdapat 4 jenis Reksadana berdasarkan portofolio investasinya, yaitu:

1. Reksadana Pasar Uang (*money market funds*).

Jenis reksadana ini 100% hanya melakukan investasi pada efek pasar uang yang bersifat utang dengan jatuh tempo kurang dari satu tahun, seperti Surat Bank Indonesia (SBI). Jenis ini memiliki tujuan untuk menjaga likuiditas dan pemeliharaan modal.

2. Reksadana Pendapatan Tetap (*fixed income funds*).

Jenis reksadana ini melakukan investasi sekurang-kurangnya 80% dari aktivasnya dalam bentuk efek bersifat utang, seperti obligasi. Jenis reksadana ini memiliki risiko relatif tinggi dari reksadana pasar uang. Jenis ini memiliki tujuan untuk menghasilkan return (tingkat pengembalian) yang stabil.

3. Reksadana Saham (*equity funds*).

Jenis reksadana ini melakukan investasi dengan sekurang-kurangnya 80% dari portofolio yang dikelolanya dalam bentuk efek bersifat ekuitas (saham). Risiko jenis investasi ini lebih tinggi dibandingkan 2 jenis reksadana sebelumnya dan menghasilkan return yang tinggi pula.

4. Reksadana Campuran (*discretionary funds*).

Jenis reksadana ini melakukan investasi dalam efek bersifat ekuitas dan utang yang alokasinya tidak termasuk di dalam kategori reksadana pendapatan tetap dan juga reksadana saham.

Terdapat beberapa pihak yang terkait apabila seseorang investor berinvestasi pada reksadana, yaitu: manajer investasi (pengelola), bank kustodian, distributor serta investor tersebut dengan hasil investasi yang dibagikan secara sepadan kepada pihak-pihak tersebut.

Pengertian Reksadana menurut penulis merupakan sebuah produk investasi yang berbentuk kumpulan dana dan dikelola sebagai modal investasi untuk dikonversikan ke dalam berbagai jenis produk, seperti saham, obligasi, dan produk keuangan serta investasi lainnya. Dana yang sudah dikumpulkan tersebut akan dikelola oleh manajer investasi, sebagai lembaga profesional yang bertugas untuk mengelola kegiatan investasi yang dimiliki oleh investor.

### 2.1.8 Platform Digital dalam Berinvestasi Reksadana

Beberapa aplikasi yang memiliki fungsi sebagai alat untuk berinvestasi Reksadana :

1. Bareksa didirikan pada tanggal 17 Februari 2013 oleh PT Bareksa Portal Investasi dan pada tanggal 3 Februari 2016 sudah mendapatkan lisensi sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bareksa memiliki berbagai macam produk pilihan investasi, yaitu Reksadana, SBN, dan Umroh.
2. Tanamduit, berdiri pada tanggal 26 September 2017 oleh PT Star Mercato Capitale dan pada tanggal 28 Februari 2018 telah terdaftar di OJK. Produk yang ditawarkan dari tanamduit, yaitu Reksadana, Surat Berharga Negara (SBN), Emas, dan Asuransi.
3. Ajaib Reksadana, berdiri pada tanggal 30 Oktober 2018 oleh PT Takjub Teknologi Indonesia yang berlaku sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) yang terdaftar dan diawasi oleh OJK dengan nomor izin KEP-17/PM.21/2018.
4. Moduit, berdiri pada tanggal 19 September 2018 oleh PT Moduit Digital Indonesia (Moduit) dan memiliki 2 lisensi yang sudah terdaftar di OJK dengan nomor izin KEP-16/PM 21/2018 dan juga lisensi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika.
5. XDana Syariah merupakan reksadana khusus syariah yang didirikan pada tanggal 25 September 2015 oleh PT XDana Investa Indonesia yang sudah terdaftar di OJK. Platform ini dirilis pada tanggal 17 Mei 2019.
6. Bibit, berdiri pada tanggal 6 Oktober 2017 oleh PT Bibit Tumbuh Bersama dan telah mendapatkan izin dari OJK. Bibit diperkenalkan kembali pada tanggal 15 Januari 2019 yang diakuisisi oleh perusahaan yang menaungi Stockbit.
7. Raiz Invest, didirikan pada tanggal 3 Mei 2018 oleh PT Raiz Invest Indonesia. Raiz merupakan skema investasi terkelola yang sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 10 Desember 2018.

### **2.1.9 PT Bibit Tumbuh Bersama (Bibit)**

PT Bibit Tumbuh Bersama telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan dengan Nomor KEP-14 / PM2.1 / 2017 tanggal 6 Oktober 2017. Bibit diperkenalkan kembali untuk publik pada tanggal 15 Januari 2019 yang telah diakuisisi oleh perusahaan yang menaungi Stockbit pada Oktober 2018. PT Bibit Tumbuh Bersama berperan sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) yang terdaftar dan diawasi oleh OJK.

Bibit menggunakan prinsip Teori Modern Portfolio yang diperkenalkan oleh ekonom yang bernama Harry Markowitz untuk mendapatkan alokasi optimal investor secara otomatis (*rebalancing* secara otomatis) yang terbukti dapat meminimalkan risiko sesuai dengan profil risiko yang sudah ditentukan pada setiap investor dan dapat memaksimalkan keuntungan investor melalui diversifikasi. Bibit merupakan investasi yang dirancang khusus sesuai dengan profil masing-masing tiap investor yang disesuaikan dengan usia, penghasilan, serta toleransi investor terhadap risiko.

Bibit juga dilengkapi *robo advisor* untuk memudahkan pengguna dalam berinvestasi dengan menggabungkan elemen *financial advisor* dan *financial planning* yang dapat membantu investor untuk mengkalkulasikan dan memilih jenis investasi berdasarkan profil risiko investor, target investasi, serta tujuan hidup investor. Bibit sangat mengutamakan dan mengedepankan produk desain, visual, dan *user experience* untuk memudahkan investor pemula dalam penggunaannya.

Bibit menjual sekitar 100 lebih produk reksadana dari 18 manajer investasi, antara lain PT Majoris Asset Management, PT Pinnacle Investment Indonesia, PT Batavia Prosperindo, PT Sucor Asset Management, PT Manulife Asset Management Indonesia, PT Sinarmas Asset Management, dan lainnya. Bibit juga memiliki produk investasi reksadana syariah untuk nasabah yang memiliki ketertarikan dan kenyamanan dengan produk reksadana syariah. Produk yang dijual Bibit sangat mengutamakan kualitas dibanding dengan kuantitas produk serta memperhatikan rekam jejak kinerja produk reksadana untuk membangun kepercayaan dan juga memudahkan investor pemula.

Bibit memberikan kemudahan untuk investor pemula, dimulai dari setoral awal, pilihan produk reksadana, dan metode transfer. Penawaran lainnya pada Bibit adalah pembukaan akun secara digital dengan waktu yang singkat tanpa penggunaan *form*, tanpa *financial planner*, dan tanpa *spreadsheet*. Keuntungan lainnya yang ditawarkan pada Bibit adalah komisi

secara gratis, serta dimulai dengan minimal dana investasi sebesar Rp 10.000 dan juga diberi kebebasan untuk melakukan penarikan uang (*withdrawl*) tanpa terkena biaya pajak.

Pada *Playstore* di *smartphone*, Bibit menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dibandingkan dengan aplikasi sejenis lainnya, yaitu lebih dari 500.000 kali dan mendapat rating sebesar 4,6. Sementara, di *AppleStore* pada *smartphone* rating-nya sebesar 4,8 dan juga menempati urutan ke 13 aplikasi finansial yang paling banyak diunduh.

Penjelasan diatas berasal dari [www.bibit.id](http://www.bibit.id); <https://market.bisnis.com/> ; dan <https://reksadana.ojk.go.id/>.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sudah meneliti dan menganalisis mengenai teori *technology acceptance model*, literasi keuangan, dan minat sebagai bahan pendukung penelitian ini, sebagai berikut :

1. Made Wahyu Adhiputra (2015)

Melakukan penelitian yang berjudul Aplikasi *Technology Acceptance Model* terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. Penelitian ini menganalisis peran dari berbagai faktor dalam memprediksi sikap dan adopsi layanan internet banking. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, dan *Actual Usage*. Responden dalam penelitian ini adalah 180 pengguna internet banking dari 5 bank umum di Kuta, Bali dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang dilakukan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program software AMOS dan juga SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* memiliki hubungan positif dan signifikan secara langsung terhadap *Attitude Toward Using*. *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* juga memiliki pengaruh positif dan secara langsung terhadap *Actual Usage*. *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif dan

signifikan secara langsung terhadap *Actual Usage*. Penelitian ini juga menemukan bagaimana *Actual Usage* dapat terbentuk dari pengaruh langsung *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* tanpa harus melalui secara langsung *Attitude Toward Using*.

2. Purboyo, Lamsah, dan Aida Vitria (2020)

Melakukan penelitian yang berjudul Adopsi *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. Penelitian ini menganalisis peran dari berbagai faktor untuk mengetahui pengaruh penerimaan teknologi terhadap minat perilaku generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, yang sampelnya berjumlah 135 orang berdasarkan perhitungan rumus *slovin*. Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan *Smart Partial Least Square*. Variabel yang digunakan adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, *Behavioral Intention to Use*, dan *Actual to Use*. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* terhadap Variabel *Behavioral Intention to Use*. *Perceived Enjoyment* dan *Behavioral Intention to Use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual to Use*. Terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu pengaruh variabel *Perceived Usefulness* terhadap variabel *Actual to Use*. Penelitian ini semakin memperjelas bahwa peranan teknologi yang mendukung trading online saham dapat mempengaruhi perilaku minat pada investor di pasar modal Indonesia khususnya untuk generasi milenial.

3. Titon Adrinanto (2016)

Melakukan penelitian yang berjudul Antecedent *Attitude Towards M-Banking* dan Dampaknya terhadap *Behavioral Intention to Adopt M-*



*Banking*. Penelitian ini menganalisis peran dari berbagai faktor untuk menganalisis anteseden sikap terhadap *m-banking* dan pengaruhnya terhadap niat perilaku mengadopsi *m-banking* dikarenakan penggunaan *m-banking* untuk transaksi keuangan masih rendah dan terbatas di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 7 variabel, yaitu : *Trust Factors*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Attitude towards m-banking*, dan *Behavioral Intention to Adopt m-banking*. *Trust factors* diukur dengan menggunakan 4 dimensi, yaitu : *Perceived Competence*, *Perceived Benevolence*, *Perceived Communication*, dan *Perceived Privacy and Security*. Desain pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Metode untuk menentukan sampel dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 200 orang. Metode analisis data, yaitu Statistik deskriptif yang terdiri dari nilai rata-rata dan standar deviasi, Analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah dengan aplikasi SPSS. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan Statistik Inferensial dengan menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)* dan Analisis statistik inferensial pada penelitian ini dengan aplikasi AMOS. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dari *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Competence*, *Perceived Benevolence*, *Perceived Communication*, *Perceived Privacy and Security*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* terhadap *Attitude towards m-banking*. Penelitian ini mendukung bahwa terdapat pengaruh positif *Attitude towards m-banking* terhadap *Behavioral Intention to Adopt m-banking*.

4. Ni Made Dwiyana Rasuma Putri dan Henny Rahyuda (2017)

Melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Tingkat *Financial Literacy* dan Faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. Penelitian ini menganalisis peran dari berbagai

faktor untuk mengetahui pengaruh tingkat *financial literacy* dan faktor sosiodemografi terhadap perilaku investasi individu. Jumlah Responden yang terdapat dalam penelitian sebesar 83 orang, yang berfokus pada pegawai yang belum menikah di Denpasar. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan *accidental sampling* dengan desain pengambilan sampelnya yaitu, *non probability sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *financial literacy* berpengaruh positif terhadap perilaku keputusan investasi individu. Terdapat hasil yang berbeda mengenai pengaruh antara pria dan wanita, serta pendapatan yang berpengaruh negatif terhadap perilaku keputusan investasi individu. Berdasarkan hasil statistik data, variabel *financial literacy* memiliki pengaruh terbesar dalam menentukan perilaku keputusan investasi individu dibandingkan dengan faktor sosiodemografi. Penelitian ini semakin memperjelas bahwa faktor kunci untuk menentukan keputusan investasi adalah dengan memiliki pengetahuan yang baik mengenai pengelolaan keuangan pribadinya.

5. Madituh Gabsir (2020)

Melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Teknologi Terhadap Adopsi Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini menganalisis peran dari berbagai faktor untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan serta literasi teknologi terhadap adopsi uang elektronik pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan kuesioner secara online dan dengan pendekatan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Perceived Behavioral*, *Subjective Norms*,

*Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Financial Literacy, Technology Literacy, dan Attitude Toward Adoption.* Metode sampling yang digunakan melalui *purposive sampling* dengan jumlah sample sebesar 350 orang. Dalam pengujian instrumen kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral, Subjective Norms, Financial Literacy, dan Technology Literacy* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*. Terdapat hasil yang berbeda dari *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* yang tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Adoption*. Variabel *Financial Literacy* dan *Technology Literacy* memiliki pengaruh secara langsung terhadap *Adoption*.

6. Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar (2019)

Melakukan penelitian yang berjudul *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb dengan Perceived Risk*. Penelitian ini menganalisis peran untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Sampel pada penelitian ini sebesar 260 responden mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Teknik sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Terdapat hasil yang berbeda dari persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan yang tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.

Beberapa penelitian terdahulu dapat dirangkum secara ringkas dalam tabel 2.1 ini, sebagai berikut :

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Made Wahyu Adhiputra (2015)	Aplikasi <i>Technology Acceptance Model</i> terhadap Pengguna Layanan Internet Banking	<i>Perceived ease of use, Perceived usefulness, Attitude Towards Using, Actual Usage</i>	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM); Program <i>Analysis of Moment Structure</i> (AMOS)	<p>1. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using internet banking</i>.</p> <p>2. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude toward using internet banking</i></p> <p>3. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage</i></p> <p>4. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage</i></p> <p>5. <i>Attitude toward using</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage</i>.</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
2.	Purboyo, Lamsah, dan Aida Vitria (2020).	Adopsi <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal	<i>Perceived ease of use, Perceived usefulness, Perceived enjoyment, Behavioral intention to use, Actual to use</i>	SEM berbasis komponen atau varians <i>Partial Least Square</i> (PLS) dengan bantuan <i>software Smart PLS</i> .	<p>1. <i>Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention to use</i></p> <p>2. <i>Perceived enjoyment dan behavioral intention to use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual to use</i></p> <p>3. <i>Perceived Usefulness</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>actual to use</i></p>

Lanjutan tabel 2.1

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
3.	Titon Adrinanto (2016)	Anteseden <i>Attitude Towards M-Banking</i> dan Dampaknya terhadap <i>Behavioral Intention to Adopt M-Banking</i>	<i>Perceived Competence, Perceived Benevolence, Perceived Privacy and Security, Perceived Communication, Perceived ease of use, Perceived Usefulness, Social Influence, Facilitating Condition, Attitude towards m-banking, Behavioral Intention to Adopt m-banking.</i>	Statistik deskriptif : : aplikasi SPSS ; Statistik Inferensial : metode <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dan aplikasi AMOS	<p>1. <i>Perceived Competence</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i>.</p> <p>2. <i>Perceived Benevolence</i> tidak berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>3. <i>Perceived Communication</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>4. <i>Perceived Privacy and Security</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>5. <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>6. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p>



Lanjutan tabel 2.1

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
					<p>7. <i>Society Influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>8. <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>attitude towards m-banking</i></p> <p>9. <i>Attitude towards m-banking</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to adopt m-banking</i>.</p>
4.	Ni Made Dwiyana Rasuma Putri dan Henny Rahyuda (2017)	Pengaruh Tingkat <i>Financial Literacy</i> dan Faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu	<i>Financial Literacy</i> , Jenis Kelamin, Tingkat Pendapatan, Keputusan Investasi Individu	Analisis Regresi Linier Berganda	<p>1. <i>Financial Literacy</i> berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keputusan investasi individu</p> <p>2. Jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap perilaku keputusan investasi individu</p> <p>3. Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keputusan inventasi</p>

Lanjutan tabel 2.1

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
5.	Madituh Gabsir (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Teknologi terhadap Adopsi Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.	<i>Perceived Behavioral, Subjective Norms, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Financial Literacy, Technology Literacy, dan Attitude Toward Adoption.</i>	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) ;Program <i>Analysis of Moment Structure</i> (AMOS)	<p>1. <i>Perceived Behavioral, Subjective Norms, Financial Literacy, dan Technology Literacy</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i>.</p> <p>2. <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Risk</i> yang tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Attitude Toward Adoption</i>.</p> <p>3. <i>Financial Literacy</i> dan <i>Technology Literacy</i> memiliki pengaruh secara langsung terhadap <i>Adoption</i>.</p>

Lanjutan tabel 2.1

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
6.	Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar (2019)	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Electronic Money</i> : Integrasi Model Tam – Tpb dengan <i>Perceived Risk</i>	Sikap, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Persepsi Risiko Kinerja, Risiko Sosial, Risiko Waktu, Risiko Keuangan, Risiko Keamanan, Minat Penggunaan <i>e-money</i>	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).	1.Sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat untuk menggunakan <i>e-money</i> .  2.Persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-money</i>

Sumber: Penelitian-Penelitian Terdahulu

## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Sikap Perilaku Penggunaan

TAM menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. *Perceived of usefulness* berkaitan dengan persepsi yang bersifat subjektif pada setiap orang mengenai manfaat dari sesuatu teknologi (Yang & Lee, 2010). Semakin tinggi keinginan seseorang untuk memanfaatkan teknologi baru, maka teknologi baru tersebut akan semakin dianggap bermanfaat (Davis, 1989). *Perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan seseorang mengenai seberapa jauh mudahnya dalam menggunakan teknologi baru. Hal ini akan memberikan dampak terhadap keputusan individu dalam penggunaan teknologi yang baru (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga dapat dijadikan alat prediksi dari persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*). *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dapat menjelaskan perilaku penggunaan (*usage*). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa adanya pengaruh positif *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *attitude towards m-banking*. (Deb & Lomo David, 2014). Didukung dengan penelitian dari Titon (2016) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat yang diharapkan *m-banking* itu penting, sama halnya dengan persepsi kemudahan penggunaan dari *m-banking* juga sama pentingnya dikarenakan dapat mempengaruhi sikap *customer (attitude toward using)* terhadap *m-banking*. *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak apabila seseorang menggunakan suatu teknologi. Sikap seseorang yang positif, yang dirasakan pada dirinya yang berhubungan dengan kinerja yang baik dari *m-banking* akan menimbulkan niat perilaku dalam penggunaan *m-banking*. (Deb & Lomo David, 2014). Hasil penelitian ini konsisten dengan TAM yang dikemukakan oleh Davis *et al.* (1989) yang mengungkapkan bahwa *attitude toward using* berpengaruh terhadap *behavioral intention to using* (niat perilaku). Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward using*) dalam menggunakan aplikasi Bibit.

H2 : Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward using*) dalam menggunakan aplikasi Bibit.

H6 : Sikap perilaku (*attitude toward using*) memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi aplikasi Bibit.

### **2.3.2 Persepsi Kredibilitas**

Privasi dan keamanan termasuk dalam dua instrumen yang paling penting pada persepsi kredibilitas. Keamanan (*security*) merupakan pengamanan data ataupun sistem dari gangguan ataupun kebocoran. Peningkatan jumlah produk dan layanan yang ditawarkan melalui internet akan meningkatkan kesadaran pengguna untuk lebih memperhatikan *security & privacy* (Pikkarainen, 2004). Pengaruh *perceived credibility* terhadap keinginan dalam penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan (Wang *et al.*, 2003). Jika seseorang percaya bahwa sebuah sistem dapat membantu segala hal yang dibutuhkan, maka seseorang itu akan percaya pula bahwa sistem tersebut dapat diandalkan. Hal ini berkaitan dengan nyamannya dan memiliki perasaan aman dari pengguna terhadap sistem tersebut. Hal ini tentunya dapat merasakan kepuasan seiring dengan penggunaannya. Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H3 : Persepsi kredibilitas (*perceived credibility*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward using*) dalam menggunakan aplikasi bibit.

### **2.3.3 Literasi Keuangan**

Studi yang dilakukan oleh Manurung (2009:24) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan perpaduan dari segi keterampilan dan pengetahuan sehingga individu dapat menentukan keputusan yang tepat dan efektif yang didasari dari sumber daya keuangan mereka. Literasi keuangan menjadi kunci strategis untuk meningkatkan kesejahteraan finansial yang berpengaruh terhadap peningkatan kualitas hidup. Seseorang dengan keterampilan serta pengetahuan yang baik dalam

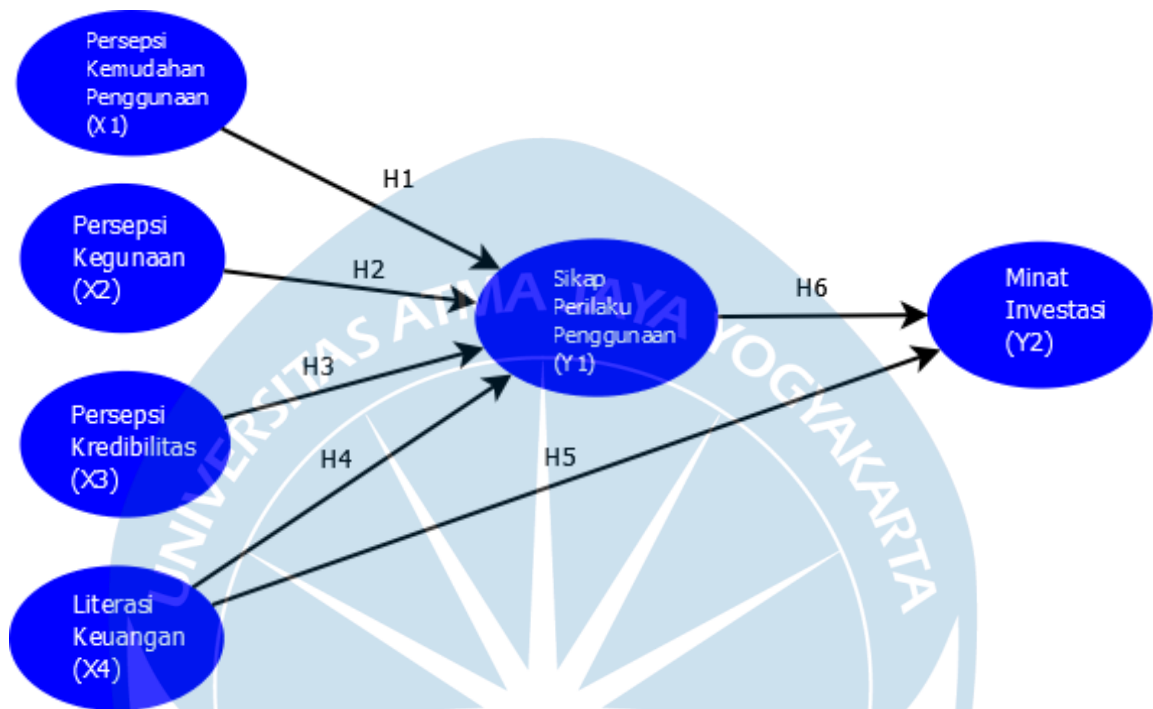
memahami produk keuangan sangat mampu untuk menentukan keputusan keuangan jangka pendek yang tepat, dan juga dapat membuat perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu pula, pada tahun 2013 terdapat survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan yang menunjukkan bahwa adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk layanan jasa keuangan. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar juga tingkat pemanfaatan layanan dan produk jasa keuangan tersebut. Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H4 : Literasi keuangan (*financial literacy*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (*attitude toward using*) dalam menggunakan aplikasi Bibit.

H5 : Literasi keuangan (*financial literacy*) memiliki pengaruh secara langsung terhadap Minat Investasi aplikasi Bibit tanpa melalui Sikap Perilaku Penggunaan (*attitude toward using*).



## 2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2

Kerangka Penelitian