

# **BAB II**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Tinjauan Literatur**

Menurut (Md Wasiul Karim, Ahasanul Haque, Mohammad Arije Ulfy, Md Alamgir Hossain 2020) E-Wallet sebuah dompet digital yang disediakan melalui aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk melakukan transaksi e-commerce dengan menyimpan informasi rekening dari pengguna. E-Wallet atau yang disebut juga dengan Dompet digital yaitu alat atau aplikasi software yang dibuat untuk memudahkan kinerja dalam bertransaksi secara online untuk pembelian barang maupun jasa. Fungsi E-Wallet adalah melakukan transfer dan bayar melalui internet. E-wallet juga mudah untuk dioperasikan sehingga banyak sekali peminatnya dikarenakan tidak perlu membawa dompet fisik. E-Wallet biasanya ada E-wallet di Indonesia sendiri terdiri dari berbagai macam yaitu ShopeePay, Go-Pay, Ovo, Dana dan LinkAja.

Karena aplikasi belanja online terbesar dan terlengkap di Indonesia Shopee. Efisiensi merupakan salah satu unsur belanja online, sehingga selain menyediakan pilihan produk yang beragam, Shopee juga mendukung berbagai metode pembayaran. Salah satunya adalah dengan menggunakan ShopeePay yang dibuat khusus oleh Shopee sebagai dompet digital andalan dan pengguna e-commerce tersebut. ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik atau E-Wallet yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online pada aplikasi Shopee dan offline di merchant ShopeePay dan untuk mengakomodasi pengembalian uang.

## 2.1.1 Keamanan dan Privasi

### I. Keamanan

Menurut (Chen 2008) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) Keamanan adalah suatu usaha yang dilakukan untuk menjaga keamanan data, terkait dengan otentikasi, verifikasi informasi, dan keamanan data. Menurut (Amoroso and Magnier-Watanabe 2012) Keamanan dari *e-wallet* didefinisikan sebagai sejauh mana pelanggan percaya bahwa menggunakan metode pembayaran tertentu melalui aplikasi seluler akan tetap aman. Dapat diartikan bahwa *Security* menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam suatu proses transaksi karena berhubungan dengan adanya data yang penting seperti pengamanan data agar tidak terjadi nya kesalahan pada data, informasi identitas, dan kepercayaan juga berpengaruh antar pengguna dan penyedia *e-wallet*. Keamanan juga perlu memperhatikan berbagai aspek seperti otentikasi yaitu keaslian dari data, verifikasi informasi yaitu ketepatan sebuah data, dan keamanan data.

### II. Privasi

Menurut (Chen 2008) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) menyatakan bahwa Privasi adalah hak di mana pelanggan mengharapkan informasi penting mereka dan setiap transaksi yang pernah dilakukan akan tetap menjadi rahasia. Selain itu, privasi adalah hak di mana pelanggan mengharapkan informasi dan transaksi mereka dirahasiakan. Indikator dari privasi adalah menjaga informasi tetap utuh, tanpa akses yang tidak sah, dan tidak ada penggunaan informasi pribadi untuk tujuan sekunder. Menurut (Hasan et al. 2021), Privasi merupakan ketergantungan antara kerahasiaan dan akses informasi sensitif (*Personal Identifiable Information (PII)*) atau informasi pribadi tentang sistem atau entitas yang dilindungi maupun

disembunyikan. Ini terdiri dari menjaga informasi tetap utuh, tanpa akses yang tidak sah dan tanpa penggunaan informasi pribadi untuk tujuan sekunder.

Dapat disimpulkan bahwa Privasi merupakan suatu tingkat ketergantungan pengguna terhadap suatu *e-wallet* yang didasari oleh kerahasiaan data yang tidak dapat tersebar luas, informasi data yang sensitif atau data individu yang sangat berharga, maka pelanggan sangat mengharapkan bahwa setiap informasi berharga yang diberikan kepada penyedia layanan *e-wallet* dapat tetap utuh dalam artian tidak ada satupun informasi yang tersebar.

### **2.1.2 Harapan Usaha**

Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020), Harapan Usaha adalah menunjukkan bagaimana penggunaan sistem dapat dilakukan secara efektif. Ini termasuk membuatnya jelas, mudah dipahami dan dapat digunakan oleh pengguna, maka terjadilah interaksi dengan sistem. Menurut Juniadi dan Sfenrianto (2015) Harapan Usaha adalah Kinerja yang diharapkan tercermin dari efisiensi bertransaksi, kenyamanan bertransaksi dan kecepatan transaksi. Jadi, Harapan Usaha sangat berfokus terhadap efisiensi bertransaksi dengan mudah kapanpun dan dimanapun dalam setiap penggunaan *e-wallet*, kenyamanan bertransaksi seperti mempersingkat langkah-langkah atau cara dalam pelaksanaan transaksi, kecepatan transaksi juga dinilai dengan hemat waktu atau mempersingkat waktu dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna *e-wallet*. Hal ini yang akan menjadi pertimbangan pengguna ketika bertransaksi yaitu dengan fitur yang disediakan membuat nyaman, jelas dan mudah untuk dipahami.

### **2.1.3 Harapan Kinerja**

Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) Harapan Kinerja yaitu dimana kinerja dari sistem dipercaya akan membantu pengguna mencapai kinerja yang tinggi ketika menggunakan suatu sistem. Menurut (Junadi and Sfenrianto 2015), Harapan Kinerja adalah ketika pelanggan menerima lebih banyak keuntungan daripada melalui metode pembayaran tradisional. Indikator dari Harapan Kinerja adalah Perspektif produktivitas transaksi, kenyamanan, dan kecepatan transaksi. Begitu juga menurut Onaolapo & Oyewole (2018), Harapan Kinerja yaitu sesuatu yang terkait dengan persepsi menggunakan hal-hal yang membantu pekerjaan atau hidup menjadi lebih efektif. Misalnya, Pengguna *e-wallet* lebih memilih menggunakan sistem digital melalui aplikasi yang dapat diinstal pada telepon genggam dapat melakukan transaksi setiap saat sehingga mempermudah transaksi dan dinilai lebih efektif daripada metode tradisional yang dikenal seperti mesin EDC, Mesin ATM, Debit maupun kartu kredit.

### **2.1.4 Pengaruh Sosial**

Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020), Pengaruh Sosial dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasakan bahwa beberapa orang penting yang memiliki kedekatan, mampu memberikan nasihat, dan membentuk kepercayaan seseorang harus menggunakan sistem tersebut. Menurut (Junadi and Sfenrianto 2015), Pengaruh Sosial dapat berasal dari keluarga, kerabat, teman, hingga orang-orang yang berpengaruh. Menurut Nguyen et al (2014), Pengaruh Sosial merupakan individu juga sangat dipengaruhi oleh kelompok dan komunitas seiring dengan perkembangan teknologi, media digital dan jejaring sosial semakin maju. Menurut (Md Wasiul Karim, Ahasanul Haque,

Mohammad Arije Ulfy, Md Alamgir Hossain 2020), Pengaruh masyarakat yang terdiri dari anggota keluarga, kerabat, teman, media, dll. Jadi, Pengaruh Sosial adalah ketika seseorang memiliki suatu panutan dalam kehidupannya seperti politikus, keluarga, kerabat, teman hingga media yang dapat dipercaya dan dijadikan contoh. Dengan adanya orang yang menjadi panutan pun dapat secara tidak sadar dapat mempengaruhi kegiatan bertransaksi dan keingintahuan seseorang terhadap teknologi juga sangat berpengaruh terhadap setiap golongan sosial.

### **2.1.5 Kondisi Fasilitas**

Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020), Kondisi Fasilitas adalah cara individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi akan membantu dalam beradaptasi dan menggunakan sistem teknologi dengan nyaman. Pada penelitian lebih lanjut, menurut (Venkatesh, Thong, and Xu 2012) Kondisi Fasilitas adalah individu yang merasa bahwa ada kondisi teknis dan organisasi tertentu yang akan membantu dalam menggunakan sistem. Kondisi ini mempengaruhi perilaku akhir pelanggan. Kondisi Fasilitas seperti pengetahuan, kompatibilitas dengan sistem lain, dan orang (atau grup) tertentu yang dapat membantu. Jadi, Pengguna yang berkelompok dapat merubah pola pikir dari seseorang, terlebih jika suatu kelompok memilih salah satu *e-wallet* untuk transaksi antar satu sama lain sehingga kelompok dianggap memiliki efek “domino” dimana ketika satu orang menggunakan *e-wallet* secara tidak langsung setiap orang disekitarnya menjadi terpengaruh.

### **2.1.6 Niat Keperilakuan**

Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) Niat Keperilakuan dinyatakan dalam kesiapan pengguna untuk menggunakan produk/jasa. Niat Keperilakuan berasal dari motivasi sadar individu untuk mempertimbangkan keputusan dalam

menggunakan teknologi. Menurut (Venkatesh et al. 2003) yang dikutip oleh (Tran and Le 2020), Niat Keperilakuan adalah kesediaan pengguna atau customer untuk menggunakan produk / layanan. Indikator dari Niat Keperilakuan yaitu niat penggunaan, rencana penggunaan, dan prediksi bagaimana sistem akan digunakan. Jadi, Niat Keperilakuan dapat diartikan seperti pengguna layanan *e-wallet* memiliki niat dalam menggunakan layanan, memiliki rencana yang berhubungan dengan layanan seperti menggunakan *e-wallet* ketika melakukan pembayaran, dan memiliki pandangan ke masa depan bahwa layanan yang digunakan dapat memiliki manfaat jangka panjang.

### **2.1.7 Perilaku Aktual**

Menurut (Al-Gahtani 2001) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) Perilaku Aktual yaitu adanya rasa kenyamanan dan kepositifan ketika menggunakan suatu sistem. Penggunaan sistem informasi dianggap sebagai salah satu indikator keberhasilan dalam penerapan teknologi dan menurut Mohamed dan Tarek yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) menyatakan bahwa Perilaku Aktual yaitu adanya aktivitas refetitif dalam menggunakan suatu sistem. Menurut (Kim and Chung 2008) yang dikutip oleh (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020) menyatakan bahwa frekuensi pemakaian suatu *e-wallet* menjadi penentu terhadap Perilaku Aktual. Jadi, Pengguna memiliki keputusan dan pertimbangan terhadap suatu *e-wallet* terutama dalam kenyamanan dan nilai positif yang diberikan oleh layanan terhadap dapat menjadi suatu acuan yang membuat pengguna terus mempertimbangkan untuk bertransaksi dengan layanan *e-wallet*.

## 2.2 Hipotesis

H1 :Adanya pengaruh signifikan Keamanan dan Privasi terhadap Niat Keperilakuan pada pengguna ShopeePay.

H2 :Adanya pengaruh signifikan Harapan Usaha terhadap Niat Keperilakuan pada pengguna ShopeePay.

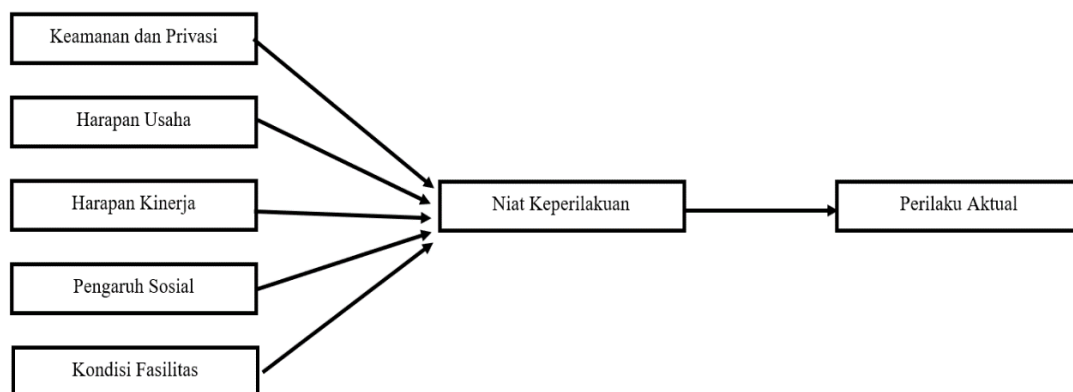
H3 :Adanya pengaruh signifikan Harapan Kinerja terhadap Niat Keperilakuan pada pengguna ShopeePay.

H4 :Adanya pengaruh signifikan Pengaruh Sosial terhadap Niat Keperilakuan pada pengguna ShopeePay.

H5 :Adanya pengaruh signifikan Kondisi Fasilitas terhadap Perilaku Aktual pada pengguna ShopeePay.

H6 :Adanya pengaruh signifikan Niat Keperilakuan terhadap Perilaku Aktual pada pengguna ShopeePay.

## 2.3 Model Riset Penelitian




Gambar 2. 1 Model Riset Penelitian

## 2.4 Penelitian Terdahulu

No.	Judul & Penulis	Variabel	Metode	Hasil
1.	<i>Factors Affecting the Behavioral Intention and Behavior of Using E-Wallets of Youth in Vietnam</i> (PHAN, HO, and LE-HOANG 2020)	<p><i>Security and Privacy</i> (Keamanan dan Privasi),</p> <p><i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha),</p> <p><i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja),</p> <p><i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial),</p> <p><i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Fasilitas),</p> <p><i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan), dan</p> <p><i>Actual Behavior</i> (Perilaku Aktual).</p>	<p>Sample 200 pengguna internet berusia 18 hingga 25 tahun.</p> <p>Penelitian dilakukan melalui dua langkah: pendahuluan penelitian dengan metode penelitian kualitatif membentuk skala penelitian resmi kemudian penelitian formal dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan CFA dan SEM untuk menguji model penelitian.</p>	<p>Keamanan dan privasi (<i>SP</i>), dan harapan usaha (<i>EE</i>), secara statistik tidak signifikan pada niat perilaku. Namun demikian, faktor kondisi yang memfasilitasi masih mempengaruhi perilaku penggunaan e-wallet. Studi ini mengusulkan model untuk menggeneralisasi lingkungan pembayaran online melalui integrasi model UTAUT dan TPR yang penting bagi manajemen pembayaran online dan peneliti di lingkungan teknologi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial (<i>SI</i>) secara signifikan mempengaruhi niat</p>



				kaum muda untuk menggunakan e-wallet daripada keamanan dan privasi ( <i>SP</i> ).
2.	<b><i>Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults</i></b> (Md Wasiul Karim, Ahasanul Haque, Mohammad Arije Ulfy, Md Alamgir Hossain 2020)	<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha), <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial), <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Fasilitas), <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan), <i>Satisfaction and Trust, perceived enjoyment, Mobile Self-efficacy, perceived risk.</i>	Survei online dengan 1.562 responden dan dianalisis menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i> dan <i>Partial Least Squares (PLS)</i> . Sesuai dengan model UTAUT dan memberikan referensi praktis bagi institusi pendidikan dan pengambil keputusan terlibat dalam merancang m-learning untuk implementasi di universitas.	Penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan adalah faktor kunci yang secara signifikan mempengaruhi <i>BI</i> mahasiswa dalam menggunakan m-learning. Di Selain itu, hasilnya mengungkapkan pengaruh positif <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), kepercayaan, dan <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha) di <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan). Kenikmatan yang dirasakan siswa adalah faktor kunci yang mempengaruhi <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), <i>Effort</i>

				<p><i>Expectancy</i> (Harapan Usaha), dan <i>perceived enjoyment</i>. Efikasi diri seluler memiliki efek positif yang signifikan pada kenikmatan yang dirasakan. Akhirnya <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja) dan <i>Perceived Risk</i> berpengaruh negatif terhadap interaksi <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan) untuk menggunakan m-learning.</p> <p>Menentukan apa yang dapat memotivasi penggunaan teknologi baru meningkatkan kualitas pembelajaran dan meningkatkan pedagogis dan instruksional penggunaan teknologi tersebut. Temuan</p>
--	--	--	---	--

				penelitian ini bisa dari nilai bagi pengambil keputusan di lembaga pendidikan.
3.	<b>Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable.</b> (Tusyanah, Wahyudin, and Khafid 2020)	<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha), <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial), <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Fasilitas), and <i>Experience</i> .	Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah menerapkan transaksi non tunai dalam aktivitas pembayarannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 4.156 siswa, dengan sampel 365 siswa.	PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap bi sebesar 18,4%, EE berpengaruh positif dan signifikan terhadap bi sebesar 20,1%, si berpengaruh positif dan signifikan terhadap bi sebesar 22,8%, FC berpengaruh positif dan signifikan terhadap bi sebesar 24,7%, EE berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI melalui pengalaman (memoderasi 1) sebesar 24,6%, SI berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap bi melalui pengalaman (memoderasi 1) sebesar -4,8%, dan FC

				memiliki berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap BI melalui pengalaman (moderating 1) sebesar - 5,3%.
4.	<b><i>Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use</i></b> (Intarot 2018)	<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha), <i>Social Influence</i> Dan <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Fasilitas).	Pengumpulan data dilakukan dengan cara mensurvei 400 orang di daerah metropolitan (Thailand)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan) sangat dipengaruhi oleh <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja) dan <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha) dengan bobot regresi 0,001 dan 0,001, Sedangkan variabel mediator rendah dipengaruhi oleh <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) dan <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Fasilitas) dengan bobot regresi 0,201 dan 0,506. Model yang diusulkan menghasilkan bobot

				regresi antara Behavioral Use dan <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan) sebesar 0,001 yang berarti bahwa <i>Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan) sebagai variabel mediator berpengaruh terhadap <i>Behavioral Use</i> .
5.	<b><i>The online technology acceptance model of generation-Z people in Thailand during COVID-19 crisis</i></b> (Chayomchai 2020)	<i>Personal Innovativeness, Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja), <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha), <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial), <i>Trust, And Behavioral Intention</i> (Niat Keperilakuan)	457 kuesioner, Peneliti menguji hipotesis dengan penilaian Partial Least Square – Structural Equation Model.	<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha) secara positif mempengaruhi <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja). Selain itu, inovasi pribadi dan kepercayaan pengguna secara langsung secara signifikan mempengaruhi <i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja) dan <i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha). Peneliti menyarankan agar level manajemen dapat menggunakan temuan-temuan dalam perencanaan

				manajemen organisasi atau pemasar dapat memanfaatkan hasilnya untuk strategi pemasaran organisasi.
--	--	--	--	--

*Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu*

