

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Dompot Digital

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi dengan menggunakan dompet digital. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa *Electronic Wallet* yang selanjutnya disebut Dompot Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Sedangkan menurut Schneider (2011) dompet digital adalah alat elektronik, layanan, atau bahkan aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk dan layanan secara online dari pengguna lain.

Berdasarkan dari definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa dompet digital adalah sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk menyimpan uang, selain itu dapat digunakan sebagai alat pembayaran secara online tanpa memerlukan uang fisik. Dengan adanya dompet digital yang dapat digunakan sebagai alat transaksi secara online akan menarik minat masyarakat dalam menggunakannya untuk aktivitas sehari-hari.

2.2. Minat Penggunaan

2.2.1. Definisi Minat Penggunaan

Menurut Simamora (2002) minat penggunaan adalah orang yang tertarik pada suatu objek akan memiliki dorongan atau motivasi untuk melakukan sejumlah perilaku dalam upaya mendekati atau memperolehnya, yang bersifat pribadi dan berkaitan dengan sikap. Sedangkan menurut Jogiyanto (2007) minat penggunaan adalah keinginan atau minat seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu. Meskipun minat dan perilaku atau tindakan terkait, minat dapat berubah seiring waktu dimana semakin lama rentang waktu, semakin besar kemungkinan minat individu akan bergeser. Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan yang berasal dari diri seseorang akan ketertarikannya terhadap suatu objek, akan tetapi seiring berjalannya waktu minat seseorang juga dapat berubah.

2.2.2. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Walgito (2015), indikator-indikator dari minat penggunaan adalah sebagai berikut.

1. Ketertarikan pada objek minat

Ketertarikan terhadap objek yang diminati yaitu perhatian calon konsumen atau konsumen yang selalu terarah dan tertuju pada dompet digital.

2. Perasaan senang

Perasaan senang, atau bagaimana calon klien atau konsumen yang tertarik menggunakan dompet digital tampak senang bertransaksi menggunakan dompet digital.

3. Kecenderungan untuk menggunakan

Kecenderungan untuk menggunakan, khususnya apakah pelanggan ingin menggunakan dompet digital untuk transaksi sehari-hari atau tidak.

2.3. Persepsi Keamanan

2.3.1. Definisi Persepsi keamanan

Menurut Sarno & Iffano (2009) persepsi keamanan adalah sebuah upaya untuk melindungi berbagai jenis informasi dari potensi bahaya yang akan terjadi. Sedangkan Menurut Rahardjo (2018) persepsi keamanan adalah Bagaimana penipuan dapat dihentikan atau, paling tidak terdeteksi dalam sistem yang menggunakan informasi tetapi informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik. Oleh karena itu, dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan adalah sistem yang menjaga dan melindungi informasi-informasi milik pengguna agar terhindar dari kebocoran informasi.

2.3.2. Indikator Persepsi Keamanan

Menurut Raman dan Viswanathan (2011), indikator-indikator persepsi keamanan adalah sebagai berikut.

1. Jaminan Keamanan

Untuk menghilangkan kekhawatiran pelanggan tentang hilangnya informasi pribadi dan transmisi data yang mudah rusak, jaminan keamanan

sangat penting. Ketika keamanan diterima dan sesuai dengan harapan konsumen, konsumen akan bersedia untuk berbagi informasi pribadi dan akan memanfaatkannya dengan rasa percaya diri.

2. Kerahasiaan Data

Pentingnya kerahasiaan data tidak dapat dilebih-lebihkan. Jika data disusupi oleh pihak ketiga, pemilik informasi dapat menerima konsekuensinya. Oleh karena itu, sangat penting untuk melindungi kerahasiaan informasi konsumen.

2.4. Persepsi Risiko

2.4.1. Definisi Persepsi Risiko

Jogiyanto (2012) mendefinisikan risiko sebagai suatu pandangan pengguna mengenai suatu ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan pengguna dalam melakukan suatu kegiatan. Sedangkan, menurut Schiffman & Kanuk (2010) mendefinisikan persepsi risiko sebagai kondisi tidak pasti yang dialami pengguna ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi atas keputusan yang mereka ambil. Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko adalah ketidakpastian seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang tidak dapat di prediksi konsekuensi yang akan terjadi.

2.4.2. Indikator Persepsi Risiko

Menurut Pavlou (2003), indikator-indikator persepsi risiko adalah sebagai berikut.

1. Ada risiko tertentu

Ada risiko tertentu yaitu risiko nyata yang dihadapi pengguna dompet digital.

2. Mengalami kerugian

Mengalami kerugian adalah peristiwa dimana pengguna mengalami kerugian menggunakan dompet digital.

3. Pemikiran bahwa berisiko

Pemikiran bahwa berisiko adalah pengguna memikirkan risiko yang muncul saat melakukan transaksi.

2.5. Kerangka Konseptual

2.5.1. Teori Agensi

teori agensi adalah suatu hubungan antara satu orang atau lebih (*principal*) yang melibatkan orang lain (*agent*) (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan agensi muncul pada saat satu pihak (*principal*) membayar pihak lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent*.

Keterkaitan hubungan teori agensi dengan penelitian ini adalah teori agensi akan menjelaskan hubungan antara *principal* sebagai pengguna aplikasi dan *agent* sendiri sebagai aplikasi DANA yang digunakan. Dimana aplikasi DANA memiliki suatu sistem yang bekerja untuk menjaga, melindungi, dan meminimalisirkan risiko agar tidak terjadinya kerugian kepada pihak pengguna. Maka, dengan terjaganya pengguna saat menggunakan aplikasi DANA akan menarik minat individu – individu lainnya untuk menggunakan aplikasi DANA.

2.5.2. Hubungan Persepsi Keamanan dengan Minat Penggunaan

Sarno & Iffano (2009) menyebutkan persepsi keamanan adalah sebuah upaya untuk melindungi berbagai jenis informasi dari potensi bahaya yang akan terjadi. Sistem keamanan yang baik akan menjaga dan melindungi data dari kebocoran data informasi pengguna. Maka dari itu, saat memutuskan apakah akan menggunakan teknologi, pengguna mempertimbangkan keamanan untuk mencegah kerugian finansial (Sayar & Wolfe, 2007). Oleh karena itu, pentingnya sistem keamanan yang memadai agar data informasi pengguna terjaga dan terlindungi untuk menghindari penurunannya minat pengguna.

2.5.3. Hubungan Persepsi Risiko dengan Minat Penggunaan

Jogiyanto (2012) mengemukakan persepsi risiko adalah suatu pandangan pengguna mengenai suatu ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan pengguna dalam melakukan suatu kegiatan. Ketidakpastian suatu risiko yang tidak diketahui seseorang akan mempengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi dalam melakukan transaksi. Karena, risiko atau ketidakpastian mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap keputusan yang akan diambil (Im et al, 2008). Maka dari itu, penting bagi suatu aplikasi meminimalisirkan risiko serendah mungkin agar masyarakat tetap memiliki minat dalam menggunakannya untuk bertransaksi secara online.

2.6. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa peneliti sebelumnya yang telah meneliti mengenai minat penggunaan. Penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Putri (2019) dengan

judul Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *E-Payment* Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, dan manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan *E-Payment* Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. Sedangkan resiko dan pendapatan berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan *E-Payment* Pada Mahasiswa Di Yogyakarta.

Penelitian kedua dilakukan oleh Pramadita (2021) dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, *Discount*, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Berulang Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Di Kota Depok Tahun 2021. Penelitian ini menggunakan kemudahan penggunaan, keamanan, discount, dan perilaku konsumtif sebagai variabel independen dan menunjukkan hasil bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, *discount*, dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Arvianto (2022). Penelitian ini menggunakan minat penggunaan sebagai variabel dependen dan Kemudahan, Manfaat, Dan Keamanan sebagai variabel independen. subjek penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan, manfaat dan keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Ramadianto (2021) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, Kepercayaan Dan Daya Tarik Promo Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital OVO. Subjek penelitian ini adalah

mahasiswa program studi sarjana di Yogyakarta. Hasil pada penelitian ini persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan daya tarik promo berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO. Sedangkan risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

Penelitian terakhir dilakukan oleh Rosma (2021) dengan Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Norma Subjektif sebagai variabel independen dan Minat Penggunaan sebagai variabel dependen. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi manfaat, dan norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan gopay, dan persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan gopay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan.

Tabel 2.1.

Ringkasan Peneliti Terdahulu

No.	Penelitian	Variabel	Subjek	Hasil
1.	Putri (2019)	Variabel dependen (Y): Minat Penggunaan Variabel independen (X): Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan	Mahasiswa di Kota Yogyakarta	1. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. 2. Resiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan. 3. Manfaat berpengaruh

				<p>signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>4. Pendapatan berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan.</p>
2.	Pramadita (2021)	<p>Variabel dependen (Y): Minat Penggunaan</p> <p>Variabel independen (X): Kemudahan Penggunaan, Keamanan, <i>Discount</i>, Dan Perilaku Konsumtif</p>	Mahasiswa di Kota Depok	<p>1. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>2. Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>3. <i>Discount</i> berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>4. Perilaku konsumtif berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p>
3.	Arvianto (2022)	<p>Variabel dependen (Y): Minat Penggunaan</p> <p>Variabel independen (X): Kemudahan, Manfaat, Dan Keamanan</p>	masyarakat di Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali	<p>1. Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>2. Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.</p> <p>3. Keamanan berpengaruh</p>

				signifikan positif terhadap minat penggunaan.
4.	Ramadianto (2021)	<p>Variabel dependen (Y): Minat Penggunaan</p> <p>Variabel independen (X): Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, Kepercayaan Dan Daya Tarik Promo</p>	Mahasiswa program studi sarjana di Yogyakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. 2. Manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. 3. Risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan 4. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. 5. Daya Tarik promo berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.
5.	Rosma (2021)	<p>Variabel dependen (Y): Minat Penggunaan</p> <p>Variabel independen (X): Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Norma Subjektif</p>	Mahasiswa Universitas Islam Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. 2. Persepsi kegunaan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. 3. Persepsi risiko berpengaruh

				<p>signifikan negatif terhadap minat penggunaan.</p> <p>4. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.</p>
--	--	--	--	---

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan

Sayar & Wolfe (2007) mengatakan saat memutuskan apakah akan menggunakan teknologi, pengguna mempertimbangkan keamanan untuk mencegah kerugian finansial. Keamanan yang memandai dapat menarik minat masyarakat dalam menggunakannya. Sedangkan keamanan yang kurang memandai akan rentan dengan pembobolan yang berakibatkan kebocoran data informasi milik pengguna aplikasi yang berakibat penurunan minat pada masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pramadita (2021), persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Arvianto (2022) menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H_{A1}: Persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan.

2.7.2. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan

Pentingnya suatu aplikasi dompet digital memiliki risiko yang rendah. Karena, risiko atau ketidakpastian mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap keputusan yang akan diambil (Im et al, 2008). Tingginya risiko pada aplikasi dompet digital akan mempengaruhi seseorang, dikarenakan dampak-dampak yang mungkin terjadi. pengaruh negatif yang timbul dari masyarakat akan mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital untuk melakukan transaksi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Putri (2019) bahwa risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan. Selanjutnya, menurut Ramadianto (2021) menyatakan bahwa risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan. Terakhir menurut Rosma (2021), bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan:

H_{A2}: Persepsi risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat penggunaan.