

## BAB II

### TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1 Pengertian atau Definisi

##### 2.1.1 *E-Wallet*

*E-wallet* didefinisikan sebagai sistem teknologi yang menyimpan uang individu dalam bentuk digital dan menyimpan seluruh data pembayaran digital di perangkat fisik melalui koneksi internet. *E-Wallet* dapat disebut juga dengan sistem pembayaran *online* menggunakan *smatphone* (Puasa et al., 2021). Terdapat beberapa aplikasi *e-wallet* yang sangat populer di Indonesia yaitu Go-Pay, OVO, ShopeePay, DANA, dan LinkAja. Hadirnya *e-wallet* tentu sangat membantu konsumennya dalam melakukan berbagai transaksi pembayaran. Salah satu manfaat atau keuntungan yang akan didapat ketika seseorang menggunakan *e-wallet* yaitu hanya dengan menggunakan *smartphone*, para penggunanya dapat melakukan transaksi pembelian dan pembayaran kapan saja dan di mana saja (Mitra et al., 2018).

##### 2.1.2 *E-Wallet* Setelah Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 secara perlahan telah mengubah cara orang dalam melakukan transaksi pembayaran maupun pembelian. Sebagian besar negara-negara di dunia (termasuk Indonesia) berusaha mencegah penyebaran virus Covid-19 dengan cara menerapkan kebijakan *social*

*distancing*. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Covid-19 dapat dengan mudah ditularkan melalui tetesan percikan dari bersin atau batuk serta kontak langsung dengan penderita Covid-19. Dengan demikian, uang fisik memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk menjadi agen virus ketika uang tersebut disentuh oleh orang yang terinfeksi (Aji et al., 2020).

Maka dari itu, WHO menyarankan masyarakat untuk beralih menggunakan alat pembayaran *digital*. *E-wallet* menjadi alternatif yang cocok bagi masyarakat yang ingin mulai beradaptasi dengan norma hidup baru dan cara baru dalam melakukan pembayaran selama pandemi Covid-19 (Daragmeh et al., 2021). Dengan menggunakan *e-wallet*, konsumen dapat melakukan pembayaran secara *digital* dengan memanfaatkan teknologi aplikasi seluler dan internet.

### **2.1.3 Niat Menggunakan *E-Wallet***

Niat mengacu pada tujuan individu dalam mencapai sesuatu. Dengan kata lain, niat mengacu pada seberapa sering seseorang bersedia untuk mencoba upaya yang dilakukan seseorang untuk mengadopsi perilaku tersebut (Puasa et al., 2021). Menurut (Yang et al., 2021), niat untuk menggunakan sesuatu adalah hasil dari proses kepuasan pelanggan. Perilaku konsumen tidak hanya berkaitan dengan barang yang berwujud, namun juga dapat mencakup penggunaan layanan, aktivitas, pengalaman, dan pemikiran.

#### **2.1.4 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)***

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* merupakan suatu model yang menjelaskan faktor-faktor penentu niat pengguna untuk menggunakan teknologi untuk menilai kemungkinan keberhasilan teknologi. Ada empat (4) faktor penting yang secara langsung dapat mempengaruhi penerimaan pengguna dan perilaku pengguna Teknologi Informasi (TI) yaitu: ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Dalam penelitian ini, penulis menerapkan UTAUT untuk menekankan faktor utama yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* yang secara khusus berfokus kepada para penggunanya setelah situasi pandemi Covid-19.

##### **2.1.4.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)**

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan konstruk UTAUT yang ditujukan untuk mengukur sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi dapat membantu ia dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Puasa et al., 2021).

##### **2.1.4.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)**

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) yaitu tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Menurut (Puasa et al., 2021), ekspektasi usaha mengacu pada tingkat

kemudahan yang akan dirasakan oleh seorang individu ketika ia sedang menggunakan teknologi pembayaran. Kemajuan teknologi membuat hidup manusia menjadi lebih mudah karena telah menyediakan sarana pembayaran yang lebih cepat dan praktis.

#### **2.1.4.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh sosial (*social influence*) mengacu pada bagaimana orang lain mempengaruhi keputusan perilaku seseorang. Menurut (Yang et al., 2021), pengaruh sosial yaitu sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang-orang penting yang ada di dalam hidupnya (misalnya keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem teknologi baru.

#### **2.1.4.4 Kondisi Fasilitas (*Facilitating Conditions*)**

Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) adalah sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa infrastruktur teknologi ada atau tersedia untuk mendukung penggunaan sistem baru (Puasa et al., 2021). Sedangkan menurut (Venkatesh et al., 2003), *facilitating conditions* merupakan keyakinan seseorang terhadap fasilitas di lingkungannya seperti jangkauan, jaringan, serta ketersediaan perangkat untuk meyakinkan dirinya sebelum ia akan menerima teknologi baru.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Judul Nama Penulis (Th)	Objek / Model Dasar	Sampel / Lokasi / Metode	Hubungan Terhadap Niat Menggunakan	
				Signifikan	Tidak Signifikan
1.	<b>Consumers' Behavioural Intention to Use E-Wallet During the Pandemic of Covid-19: Applying the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</b> (Puasa et al., 2021)	E-Wallet / UTAUT	205 responden di Malaysia / SmartPLS 3	Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Conditions	Social Influence
2.	<b>Cashless Transaction: A Study on Intention and Adoption of E-Wallets</b> (Yang et al., 2021)	E-Wallet / UTAUT	501 responden di Indonesia / PLS-SEM	Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use, Social Influence, Lifestyle Compatibility, Perceived Trust	Facilitating Conditions
3.	<b>Behavioural Intention to Adopt Mobile Wallet: A Developing Country Perspective</b> (Madan & Yadav, 2016)	M-Wallet / TAM dan UTAUT	210 responden di India / IBM SPSS AMOS	Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Value, Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Regulatory Support,	Effort Expectancy

				Promotional Benefits	
4.	<b>Understanding Behavioral Intention to Use Mobile Wallets in Vietnam: Extending the TAM Model with Trust and Enjoyment</b> (To & Trinh, 2021)	M-Wallet / TAM	332 responden di Vietnam / SEM	Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use, Enjoyment	Trust
5.	<b>Understanding the Consumer's Intention to Use the E-Wallet Services</b> (Ariffin et al., 2021)	E-Wallet / TAM, TPB, EDM	257 responden di Malaysia / SPSS/PLS-SEM	Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use, Attitude, Subjective Norm, Positive Disconfirmation, Perceived Behavioural Control, User Satisfaction	Perceived Value
6.	<b>A Study on Consumers' Adoption Intention for Digital Wallets in India</b> (Mitra et al., 2018)	E-Wallet / DOI, TAM, TRA, TPB, UTAUT	150 responden di India / SPSS	Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Self-Efficacy, Perceived Individual Playfulness and Personal Innovativeness, Perceived Compatibility, Attractiveness of Alternatives, Perceived Value of Mobile Wallet,	-

				Perceived Risk	
7.	<b>Continuous Intention to Use E-Wallet in the Context of the Covid-19 Pandemic: Integrating the Health Belief Model (HBM) and Technology Continuous Theory (TCT)</b> (Daragmeh et al., 2021)	E-Wallet / HBM dan TCT	1080 responden di Hungaria / IBM SPSS dan PLS-SEM	Confirmation, Perceived Usefulness, Satisfaction, Attitude, Perceived Severity, Perceived Susceptibility, Self-Efficacy	Perceived Ease of Use
8.	<b>Covid-19 and E-Wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis Between Indonesia and Malaysia</b> (Aji et al., 2020)	E-Wallet / TAM	259 responden dari Indonesia dan 207 responden dari Malaysia / PLS-SEM	Perceived Covid-19 Risk, Government Support, Perceived Usefulness	-
9.	<b>Factors Affecting Behavioral Intention to Use Mobile Payment Based on Indonesia User Perspective</b> (Willyanto & Sfenrianto, 2021)	M-Payment / TAM	442 responden di Indonesia /	Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Attitude Towards Using	-
10.	<b>Factors Affecting the Interest in Using E-Wallet Among Indonesian Millennials</b> (Kalbuana et al., 2022)	E-Wallet / TAM	150 responden di Indonesia / SPSS	Perceived Ease of Use, Experience	Perceived Usefulness

11.	<b>Integration of UTAUT model in Thailand Cashless Payment System Adoption</b> (Namahoot & Jantasri, 2022)	Cashless Payment / UTAUT	708 responden di Thailand / SEM	Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Trust	Performance Expectancy
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------	---------------------------------	------------------------------------------------------------	------------------------

## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Ekspetasi Kinerja dan Niat Menggunakan *E-Wallet*

Dari sudut pandang konsumen, ekspetasi kinerja (*performance expetancy*) dapat didefinisikan sebagai “sejauh mana penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu” (Madan & Yadav, 2016). Dalam hal *e-wallet*, ekspetasi kinerja dapat diartikan sebagai sejauh mana konsumen memandang bahwa menggunakan *e-wallet* sebagai teknologi alternatif dalam melakukan pembayaran akan meningkatkan dan mempercepat kinerja serta efektivitas mereka saat melakukan transaksi penjualan maupun pembelian sehari-hari. Menurut (Daragmeh et al., 2021), perilaku pengguna dan niat untuk terus menggunakan tergantung pada keyakinan pengguna tentang kegunaan yang dirasakan dari sistem tertentu. Dengan demikian, konsumen dapat menunjukkan niat untuk terus menggunakan *e-wallet* jika mereka menganggapnya berguna. Hal tersebut menunjukkan bahwa niat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kinerjanya. Maka dari itu, peneliti mengusulkan hipotesis berikut:



*H1: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara ekspetasi kinerja (performance expectancy) dengan niat seseorang dalam menggunakan e-wallet setelah masa pandemi Covid-19.*

### **2.3.2 Ekspetasi Usaha dan Niat Menggunakan E-Wallet**

Dari sudut pandang konsumen, ekspetasi usaha (*effort expectancy*) dapat didefinisikan sebagai “tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen”. Dalam hal *e-wallet*, ekspetasi usaha dapat diartikan sebagai sejauh mana konsumen mengharapkan teknologi *e-wallet* cukup mudah untuk dipelajari, sehingga dapat digunakan pada kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, seseorang akan lebih banyak menggunakan aplikasi *e-wallet* jika dirasa mudah atau tidak terlalu banyak usaha untuk menggunakannya (To & Trinh, 2021). Oleh karena itu, kemudahan dalam penggunaan menjadi hal yang sangat penting untuk layanan *e-wallet* terlepas dari apakah penggunanya mahir secara teknis atau tidak. Maka dari itu, peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

*H2: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara ekspetasi usaha (effort expectancy) dengan niat seseorang dalam menggunakan e-wallet setelah masa pandemi Covid-19.*

### **2.3.3 Pengaruh Sosial dan Niat Menggunakan E-Wallet**

Pengaruh Sosial (*Social Influence*) dapat didefinisikan sebagai “sejauh mana konsumen merasa dan percaya bahwa orang lain yang ia rasa penting (misalnya keluarga dan teman) harus menggunakan sistem

teknologi baru” (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau layanan dipengaruhi oleh pendapat dari orang-orang disekitarnya seperti keluarga, pasangan, sahabat, atau teman-temannya (Madan & Yadav, 2016). Maka dari itu, peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

*H3: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengaruh social (social influence) dengan niat seseorang dalam menggunakan e-wallet setelah masa pandemi Covid-19.*

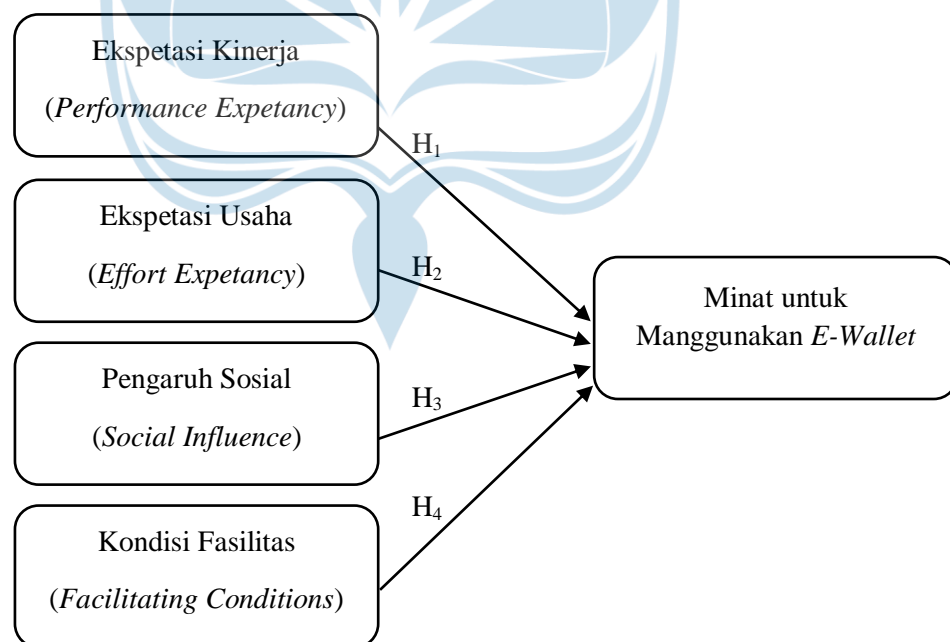
#### **2.3.4 Kondisi Fasilitas dan Niat Menggunakan E-Wallet**

Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) mencakup sumber daya dan lingkungan fisik yang diperlukan untuk menggunakan produk, layanan, atau teknologi apapun secara efektif. Kondisi yang memfasilitasi dalam konteks penelitian ini mengacu pada faktor pendorong yang memudahkan penggunaan teknologi *e-wallet* saat seseorang sedang melakukan transaksi pembelian maupun pembayaran. Ketika seseorang dapat menikmati kemudahan saat menggunakan fasilitas yang telah disediakan oleh perusahaan penyedia layanan *e-wallet*, maka konsumen akan menjadi merasa terikat untuk terus menggunakan layanan tersebut (Yang et al., 2021). Oleh karena itu, peneliti mengusulkan hipotesis berikut:

*H4: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kondisi fasilitas (facilitating conditions) dengan niat seseorang dalam menggunakan e-wallet setelah masa pandemi Covid-19.*

#### 2.4 Gambar Model Penelitian

Berdasarkan pengembangan hipotesis, maka model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah ini. Ada 4 variabel independen atau variabel bebas yang mengarah pada minat seseorang untuk menggunakan e-wallet yaitu: ekspetasi kinerja (*performance expectancy*), ekspetasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*).



**Gambar 2. 1**

#### **Model Penelitian**

Sumber: (Puasa et al., 2021)