

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

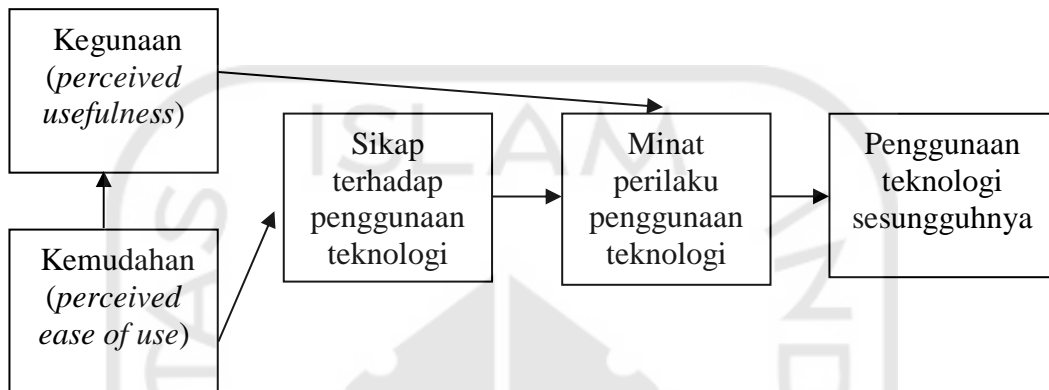
Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis (1986). TAM disusun untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Peneliti sistem informasi telah menyelidiki dan mereplikasi TAM, dari hasil penelitian menyatakan bahwa TAM valid dalam memprediksi penerimaan individu terhadap berbagai sistem teknologi informasi perusahaan (Chin & Todd, 1995).

TAM adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menetapkan dua keyakinan yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai penentu sikap terhadap niat perilaku dan penggunaan teknologi informasi. Di dalam TAM niat perilaku untuk menggunakan mengarah ke penggunaan teknologi informasi.

Technology Acceptance Model (TAM) sebelumnya juga telah diadopsi untuk membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi seperti *e-shopping* (Shih & Fang, 2004), *internet banking* (Al-Somali, Gholami, & Clegg, 2008), dan *mobile banking* (Lule, Omwansa, & Waema, 2012). Maka *Technology Acceptance Model* (TAM) sesuai untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* OVO dengan

menggunakan variabel dari konsep dasar TAM yaitu kegunaan dan kemudahan.

Technology Acceptance Model (TAM) digambarkan sebagai berikut :

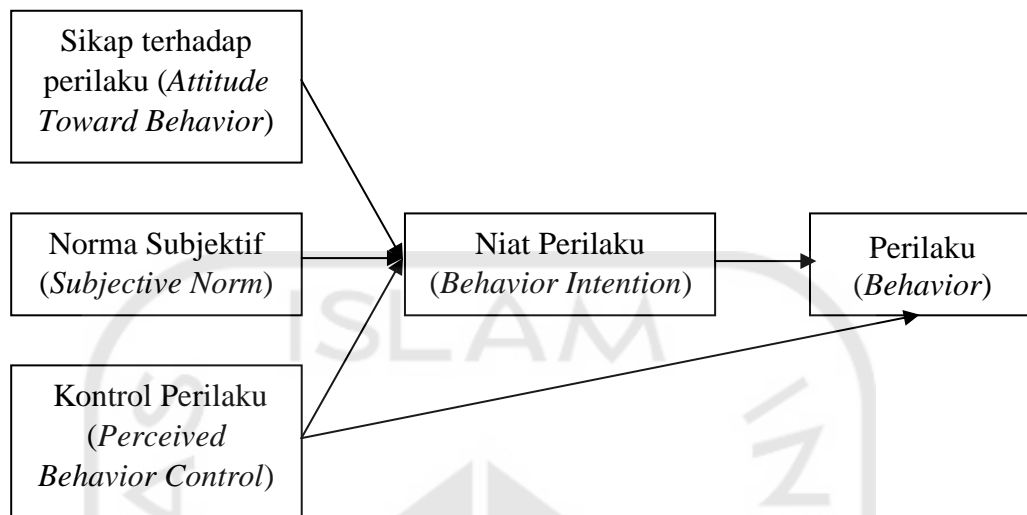


Sumber : Davis (1993)

2.1.2. Pengertian Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) atau biasanya disebut teori perilaku yang direncanakan yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB merupakan teori yang menjelaskan permasalahan apa yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu (Ajzen, 1991).

Menurut TPB, perilaku seseorang dapat dijelaskan dengan niat perilakunya, yang secara bersama-sama dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap mengacu pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap efek kinerja dari perilaku tertentu. Norma subyektif merujuk pada persepsi individu terhadap pendapat orang lain tentang apakah dia harus melakukan perilaku tertentu atau tidak, sementara kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada persepsi individu tentang ada atau tidak adanya sumber daya yang diperlukan atau peluang yang diperlukan untuk melakukan perilaku. *Theory of Planned Behavior* (TPB) digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Taylor dan Todd (1995)

Terdapat kesamaan antara TPB dengan TAM yaitu kedua teori tersebut merupakan perluasan teori dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Kedua teori ini juga memiliki hubungan dalam penentuan beberapa variabel dasar yang terdiri dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan yang berasal dari TAM dan sisanya merupakan variabel dari TPB yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang kesemua variabel ini sama-sama memberikan dampak niat terhadap individu untuk menggunakan suatu teknologi. TPB sebelumnya juga telah diadopsi untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi individu seperti *virtual banking* (Liao, Shao, Wang, & Chen, 1999) dan *internet banking* (Saleh Al-Ajam, Nor, & Author, 2013). Maka *Theory of Planned Behavior* (TPB) sesuai untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* OVO dengan menggunakan variabel norma subjektif yang tercermin dalam variabel pengaruh normatif dan variabel kontrol perilaku yang tercermin dalam variabel efikasi dan kondisi dari fasilitas.

2.1.3. Konsep *E-money*

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 uang elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai :

“Alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*; digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan” (Bank Indonesia, 2009).

Menurut Bank for International Settlements (1996) *e-money* didefinisikan sebagai produk nilai tersimpan atau Prabayar di mana catatan dana atau nilai yang tersedia bagi konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki konsumen. *E-money* memiliki beberapa keunggulan seperti kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Kemudahan transaksi tersebut dapat menyebabkan biaya transaksi lebih rendah dan pada gilirannya merangsang pertumbuhan ekonomi (Dias, 2001). Penggunaan *e-money* tidak selalu berarti pendaftaran informasi yang sistematis mengenai transaksi yang mendasarinya dan saldo, *e-money* dapat digunakan juga di infrastruktur layanan (Merlonghi, 2010).

2.1.4. Penjelasan Variabel Penelitian

2.1.4.1. Variabel Dependen: Penggunaan *E-money* OVO

Penggunaan sistem merupakan perilaku yang tepat untuk mengukur kesuksesan suatu sistem informasi yang diterapkan oleh suatu organisasi (Seddon, Patry, Seddon, & Kiew, 1994). *Actual system usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi

dan durasi waktu penggunaan teknologi (Wibowo, 2008). Penggunaan sistem diusulkan untuk mengetahui hubungan positif antara penggunaan dengan kinerja sistem ketika pengguna menggunakan fitur-fitur sistem untuk melakukan pekerjaan. Maka variabel penggunaan *e-money* OVO tepat untuk mengetahui hubungan antara penggunaan dan kinerja dari *e-money* OVO yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor.

OVO merupakan sebuah *smart financial application* di bawah naungan Grup Lippo yang menyediakan berbagai kebutuhan terkait *cashless*. Penggunaan *e-money* OVO dapat didefinisikan sebagai penggunaan layanan yang disediakan oleh OVO baik berupa transaksi pembayaran, penyimpanan saldo maupun transaksi lain di *merchant-merchant* yang telah menjalin kerjasama dengan OVO, baik secara *online* maupun *offline*.

2.1.4.2. Variabel Intervening: Minat Menggunakan *E-money* OVO

Niat perilaku didefinisikan sebagai niat individu untuk melakukan tindakan tertentu yang dapat memprediksi alasan perilaku seseorang ketika bertindak sukarela (Islam, Kim Cheng Low, & Hasan, 2013). Niat perilaku ditentukan oleh perasaan seseorang terhadap suatu perilaku, faktor sosial, dan konsekuensi yang diharapkan dari perilaku tersebut (Thompson, Higgins, & Howell, 1991). Sedangkan dalam penelitian minat menggunakan *e-money* OVO secara umum dapat didefinisikan sebagai niat individu untuk menggunakan suatu teknologi *e-money* OVO secara sukarela yang disebabkan oleh beberapa faktor.

2.1.4.3. Variabel Independen

2.1.4.3.1. Kegunaan

Kemudahan dan kegunaan merupakan dua konstruk asli dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Kegunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Menurut Wibowo (2008) persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi dapat diukur dari beberapa faktor yaitu:

1. Kegunaan yang meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu memudahkan pekerjaan, bermanfaat, dan meningkatkan produktivitas.
2. Efektivitas yang meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu dapat meningkatkan efektivitas dan dapat meningkatkan kinerja.

Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan sering dijadikan sebagai penentu mendasar dari penggunaan sistem dan sering dikaitkan dengan adopsi suatu inovasi teknologi karena antara kemudahan dengan penggunaan teknologi saling berhubungan.

2.1.4.3.2. Kemudahan

Kemudahan dan kegunaan merupakan dua konstruk asli dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Kemudahan didefinisikan sebagai harapan bahwa penggunaan sistem informasi akan relatif butuh sedikit usaha (Bhattacharjee, 2000). Aksesibilitas seperti nyaman, dapat dikontrol dan tidak memberatkan berhubungan dengan kemudahan penggunaan. Kemudahan dan kegunaan sering dikaitkan dengan adopsi suatu inovasi teknologi karena antara kemudahan dengan penggunaan teknologi saling berhubungan.

2.1.4.3.3. Pengaruh Normatif

Norma subyektif menangkap keinginan sosial dari suatu perilaku, yang mempengaruhi perilaku dalam tiga cara yaitu internalisasi, identifikasi, dan kepatuhan dimana Internalisasi dapat dipandang sebagai pengaruh informasi, sedangkan identifikasi dan kepatuhan adalah bentuk pengaruh normatif (Karahanna, Straub, & Chervany, 1999). Pengaruh normatif merupakan pengaruh interpersonal yang mengacu pada pengaruh dari mulut ke mulut oleh teman, kolega, atasan, dan pengadopsi sebelumnya yang diketahui oleh pengadopsi potensial (Bhattacharjee, 2000). Pengaruh normatif dapat diuraikan menjadi dua konstruk yaitu *peer influence* dan *superior influence* dimana *peer influence* merupakan pengaruh dari teman maupun kolega sedangkan *superior influence* merupakan pengaruh dari atasan, dosen maupun seseorang yang memiliki pengetahuan lebih.

2.1.4.3.4. Efikasi

Berdasarkan penelitian Ajzen (1991) variabel kontrol perilaku diuraikan menjadi dua konstruksi yang mencakup efikasi dan kondisi dari fasilitas yang diuraikan lagi menjadi kondisi fasilitas sumber daya dan kondisi fasilitas teknologi. Maka efikasi merupakan salah satu indikator kontrol perilaku. Efikasi yaitu kepercayaan diri akan kemampuan untuk berperilaku sesuai dengan situasi tertentu (Bandura, 1986). Individu dengan efikasi tinggi memiliki kepercayaan diri dan mewakili kemampuannya dalam melakukan perilaku spesifik sendiri tanpa bantuan pihak lain. Efikasi merupakan pengaruh internal individu yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi.

2.1.4.3.5. Kondisi dari Fasilitas

Berdasarkan penelitian Ajzen (1991) variabel kontrol perilaku diuraikan menjadi dua konstruksi yang mencakup efikasi dan kondisi dari fasilitas yang diuraikan lagi menjadi kondisi fasilitas sumber daya dan kondisi fasilitas teknologi. Namun berdasarkan hasil penelitian Taylor dan Todd (1995) menunjukkan bahwa kondisi fasilitas teknologi berpengaruh negatif terhadap kontrol perilaku sehingga variabel kondisi fasilitas teknologi tidak digunakan dalam penelitian ini dan hanya menggunakan variabel kondisi fasilitas sumber daya yang dipersingkat menjadi kondisi fasilitas. Kondisi dari fasilitas (*facilitating conditions*) mencerminkan ketersediaan sumber daya yang diperlukan untuk melakukan perilaku tertentu (Triandis, 1979). Menurut Taylor dan Todd (1995) membedakan kondisi dari fasilitas menjadi fasilitas sumber daya dan fasilitas teknologi dimana fasilitas sumber daya dapat meliputi waktu dan uang, sedangkan fasilitas teknologi merupakan teknologi yang dibutuhkan. Kondisi dari fasilitas merupakan pengaruh eksternal individu yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi.

2.2. Penelitian Terdahulu

TABEL 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

| No | Nama | Tahun | Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|----|--|-------|---|---|---|
| 1. | Anton Nugroho, Mukhamad Najib dan Megawati Simanjuntak | 2018 | <i>Factors Affecting Consumer Interest in Electronic Money Usage with Theory of</i> | Dependen : Minat Menggunakan <i>E-money</i> | Signifikan : • <i>Subjective Norm</i> • <i>Perceived Behavior Control</i> |

| No | Nama | Tahun | Judul | Variabel | Hasil Penelitian |
|----|--|-------|--|---|--|
| | | | <i>Planned Behavior</i> | Independen : <i>Attitude Toward Behavior</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Subjective Norm</i> • <i>Perceived Behavior Control</i> | Tidak Signifikan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Attitude Toward Behavior</i> |
| 2. | Shabrina Prayidyaningrum dan MD Djamaludin | 2016 | <i>Theory of Planned Behavior to Analyze the Intention to Use The Electronic Money</i> | Dependen : Minat Menggunakan E-money Independen : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Attitude Toward Behavior</i> • <i>Subjective Norm</i> • <i>Perceived Behavior Control</i> | Signifikan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Subjective Norm</i> • <i>Attitude Toward Behavior</i> Tidak Signifikan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Behavior Control</i> |
| 3. | Heddy Friadi, Ujang Sumarwan, Kirbrandoko | 2016 | <i>Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behaviour of Intention to Use Electronic Money</i> | Dependen : Minat Menggunakan E-money Independen : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceive Usefulness</i> • <i>Perceive Ease of Use</i> • <i>Product Knowledge</i> • <i>Subjective Norm</i> • <i>Perceived Behavior Control</i> | Signifikan : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceive Usefulness</i> • <i>Perceive Ease of Use</i> • <i>Product Knowledge</i> • <i>Subjective Norm</i> • <i>Perceived Behavior Control</i> |

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *E-money* OVO

Kegunaan didefinisikan sebagai persepsi bahwa individu menggunakan teknologi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya (Thompson, Higgins, Howell, 1991). Maka dengan besarnya manfaat yang diberikan *e-money* OVO yaitu membantu pengguna dalam bertransaksi dan membayar tagihan, maka pengaruh persepsi kegunaan akan semakin besar sehingga pengaruh minat menggunakan *e-money* OVO juga akan semakin besar. Hal ini didukung dengan beberapa penelitian lain yaitu Wibowo et al. (2015), Listianti (2018) serta Aritonang dan Arisman (2018) yang menyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemungkinan besar kegunaan juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO

2.3.2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-money* OVO

Kemudahan penggunaan sebuah teknologi adalah suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan (Davis, 1989). Kemudahan juga erat kaitannya dengan pengadopsian suatu teknologi. Semakin tinggi tingkat kemudahan maka minat menggunakan suatu teknologi semakin tinggi yang berpengaruh pula dengan tingginya minat menggunakan *e-*

money OVO karena penggunaan *e-money* OVO tidak memerlukan banyak usaha. Pengguna *e-money* OVO hanya perlu melakukan *scan QR Code* ketika melakukan pembayaran di *merchant-merchant* sehingga pengguna tidak akan mengalami kesulitan. Hal ini didukung dengan adanya penelitian dari Aritonang dan Arisman (2018) dan Listianti (2018) yang menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemungkinan yang besar kemudahan juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO

2.3.3. Pengaruh Normatif Terhadap Minat Menggunakan *E-money* OVO

Pengaruh normatif didefinisikan sebagai pengaruh interpersonal yang mengacu pada pengaruh dari mulut ke mulut oleh teman, kolega, atasan, dan pengadopsi sebelumnya yang diketahui oleh pengadopsi potensial (A. Bhattacharjee, 2000). Di *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks penerimaan sistem, pengaruh normatif termasuk ke dalam norma subjektif (A. Bhattacharjee, 2000). Apabila teman, kolega maupun atasan memiliki sikap positif terhadap *e-money* OVO, teman, kolega maupun atasan tersebut akan memberikan pengaruh positif terhadap individu lain untuk menggunakan *e-money* OVO. Meningkatnya jumlah pengguna *e-money* OVO seperti yang telah ditampilkan dalam Tabel 1.2. menunjukkan bahwa pengguna memiliki sikap positif terhadap *e-*

money OVO sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi minat individu lain untuk menggunakan *e-money* OVO. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari Taylor dan Todd (1995) serta Adityasto dan Baridwan (2013) yang menyatakan bahwa pengaruh normatif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan teknologi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemungkinan pengaruh normatif juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3 : Pengaruh normatif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO

2.3.4. Pengaruh Efikasi Terhadap Minat Menggunakan *E-money* OVO

Efikasi merupakan penilaian masyarakat terhadap kemampuan mereka untuk mengatur dan melaksanakan suatu program untuk mencapai tujuan (Dimitrios, Tsairidis, & Grigoriadis, 2009). Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku dapat diuraikan menjadi dua konstruk yaitu kondisi dari fasilitas dan efikasi. Sehubungan dengan penggunaan teknologi informasi, tingkat efikasi yang lebih tinggi akan mengarah pada tingginya niat perilaku dan penggunaan teknologi (Compeau & Higgins, 1995). Apabila seorang individu percaya diri dengan ketrampilannya dalam menggunakan teknologi *e-money* OVO, maka hal itu akan mengarah pada tingginya minat menggunakan *e-money* OVO. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khatimah dan Halim (2016) menyatakan bahwa efikasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, maka tidak

menutup kemungkinan bahwa efikasi juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4 : Efikasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-money* OVO

2.3.5. Pengaruh Kondisi Dari Fasilitas Terhadap Minat Menggunakan *E-money* OVO

Kondisi dari fasilitas (*facilitating conditions*) didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang media berupa perangkat dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku (Venkatesh, 2012). Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku dapat diuraikan menjadi dua konstruk yaitu kondisi dari fasilitas dan efikasi. Kondisi dari fasilitas mencerminkan ketersediaan sumber daya yang diperlukan untuk melakukan perilaku tertentu, termasuk akses ke waktu, uang, dan sumber daya khusus lainnya. Maka apabila waktu, uang dan kondisi pendukung lainnya tersedia maka minat menggunakan *e-money* juga tinggi. Hal ini didukung dengan penelitian dari Tao dan Fan (2017), Bhattacharjee (2000) dan Lau (2002) yang menyatakan bahwa kondisi dari fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan teknologi, begitu pula dengan hasil penelitian dari Khatimah dan Halim (2016) yang menyatakan bahwa kondisi dari fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* maka terdapat kemungkinan besar bahwa

kondisi dari fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* OVO.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kelima yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5 : Kondisi dari fasilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-money* OVO

2.3.6. Pengaruh Minat Menggunakan *E-money* OVO Terhadap Penggunaan *E-money* OVO

Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2008). Minat menggunakan *e-money* OVO adalah suatu keinginan dan kecenderungan perilaku untuk menggunakan layanan dan fitur yang telah disediakan oleh *e-money* OVO. Berbagai kelebihan yang telah ditawarkan *e-money* OVO dapat meningkatkan minat individu dalam menggunakan *e-money* OVO sehingga individu tersebut akan terus menggunakan *e-money* OVO. Hal ini didukung dengan penelitian dari Morosan dan Defranco (2016) dan Sheikh, Islam, Rana, Hameed, dan Saeed (2017) yang menyatakan bahwa minat menggunakan teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6 : Minat menggunakan *e-money* OVO berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money* OVO

2.4. Kerangka Penelitian

Model Penelitian dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, pengaruh normatif, efikasi, kondisi dari fasilitas terhadap minat menggunakan *e-money* OVO dan minat menggunakan *e-money* OVO terhadap penggunaan *e-money* OVO.

