BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakakang

Teknologi menjadi hal yang tak bisa lepas dari aktifitas kehidupan yang semakin dituntut praktis dan efisien. Teknologi digital berkembang semakin melebar disebabkan oleh adanya penggunaan *gadget* serta internet yang diakses mulai dari anak-anak hingga orang dewasa (Nurdin *et al*., 2020). Segala aspek aktifitas manusia semakin dipermudah dengan adanya perkembangan teknologi, termasuk dalam hal keuangan. Kini, dalam bertransaksi semakin dipermudah dengan kehadiran bank digital yang menurunkan tingkat penggunaan uang secara fisik. Pemanfaatan teknologi dalam segi keuangan disebut *Financial Technology* atau disingkat dengan istilah *Fintech*.

Financial technology (fintech) merupakan adanya pemanfaatan teknologi yang menyangkut *financial* atau keuangan sehingga dapat menghasilkan suatu produk serta dapat memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran (Mawardani, Fitri, 2021). Bank Indonesia (BI) adalah badan pemerintah yang bertanggung jawab atas bisnis *Fintech* di Indonesia. Bank Indonesia mendefinisikan *Fintech* sebagai optimalisasi teknologi pada sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis baru yang mempengaruhi stabilitas moneter dan keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

Kecanggihan teknologi perusahaan *Fintech* mempercepat penyediaan produk keuangan dengan biaya yang relatif rendah. *Fintech* di Indonesia kian

Optimized using
trial version
www.balesio.com

at ditandai dengan makin merebaknya kemunculan bank-bank digital di a. Bank digital adalah bank yang segala transaksinya dilakukan secara

digital mulai dari pendaftaran rekening sampai manajemen asetnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia, pertumbuhan nilai transaksi uang elektronik dan *digital banking* di Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan dalam dua tahun terakhir (Satria dan Jusia, 2022).

Tercatat periode Mei 2022 ada sekitar 10 bank digital dari bank besar yang ada di Indonesia. Bank digital baru ini menawarkan berbagai fitur yang baru dan unik serta memiliki tampilan yang lebih *fresh* dan *up to date* dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* atau aplikasi *internet banking* pada umumnya. Selain tampilan yang menarik dan fitur yang unik, citra merek dari *platform* bank digital baru ini juga terlihat baik karena pada umumnya mereka memiliki latar belakang perusahaan yang baik dan beberapa diantara mereka juga menjalin kerjasama dengan perusahaan yang tergolong besar serta populer di masyarakat (Satria dan Jusia, 2022). Bank digital mulai menjadi pilihan favorit bagi masyarakat Indonesia sebagai layanan keuangan yang dapat melakukan segala hal (Yusuf *et al.*, 2022)

Berikut ini adalah peningkatan penggunaan bank digital selama dua tahun dari tahun 2021-2022.

Table 1.1 Jumlah Pengguna Bank Digital 2021-2022

Tahun	Total pengguna	Persentase
2021	47.722.913	25%
2022	59.969.877	31%

Sumber : Jayani,2021

Table di atas menunjukkan paa tahun 2021 pengguna bank digital sebesar
gguna bank konvensional. Angka tersebut meningkat di tahun selanjutnya

Optimized using
trial version
www.balesio.com

pada 2022 yaitu sebesar 31% pengguna bank digital dari total pengguna bank konvensional

Bank digital yang sedang naik daun saat ini adalah Seabank yang merupakan anak perusahaan dari Sea Limited. Seabank dulunya merupakan PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi yang didirikan oleh Dr. Soemitro Djojohadikusumo tahun 1991. Namun, setelah diakuisisi oleh Sea Limited pada 10 Februasi 2021, Sesuai dengan Surat Keputusan Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan, PT Bank BKE berganti nama menjadi PT. Bank Seabank Indonesia. Kini tersedia layanan perbankan digital PT. Bank Seabank. (SeaBank.co.id, 2021)

PT Bank Seabank Indonesia adalah perusahaan bank digital yang menjalin afiliasi dengan pasar online Shopee. Seabank dan Shopee merupakan Perusahaan yang bernaung dibawah induk perusahaan yang sama, yakni Sea Limited. Sehingga Seabank menawarkan banyak kemudahan dan keuntungan (*perceived usefulness & perceived of ease to use*) bagi pelanggan Shopee yang bertransaksi melalui bank digital tersebut.

Diketahui bahwa Shopee merupakan *Ecommerce* dengan pengguna paling tinggi di Indonesia. Tercatat Shopee menerima kunjungan sebesar 237 juta per September 2023, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (Jayani, 2021). Hal ini tentu berdampak pesat dalam mempromosikan Seabank sebagai Bank Digital baru diawal kemunculannya pada Februari 2021.

Selain kemudahan dan keuntungan dalam bertransaksi di Shopee, Seabank banyak menawarkan keuntungan lain di luar *platform* afiliasinya tersebut. Beberapa keunggulannya meliputi bebas biaya admin bulanan, layanan transfer ık gratis dengan kuota 100 kali per bulan, layanan transfer *e-wallet* gratis uota 100 kali perbulan, saldo minimum nol rupiah, dan ada fitur undang

Optimized using
trial version
www.balesio.com

teman sebagai alat promosi Seabank (Seabank, 2021). Fitur undang teman ini berpotensi menjadi tambahan *income* yang diberikan Seabank kepada pemakainya yang bisa mengajak orang lain ikut menjadi pengguna Seabank. Adanya fitur ini juga sebagai alat marketing tidak langsung bagi Seabank untuk memasarkan layanan bank digital mereka.

Sebank sebagai perusahaan digital baru. perlu memastikan loyalitas nasabah dengan mengukur perilaku pengguna (*use behavior* melalui persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan serta variabel eksternal yang mempengaruhi dua variabel tersebut. Persepsi kegunaan terhadap pemanfaatan suatu sistem berhubungan dengan frekuensi dan tingkat penggunaan sistem oleh nasabah. Jika nasabah menilai sistem transaksi itu berguna maka nasabah akan cenderung menggunakan sistem tersebut secara teratur (Venkatesh et al., 2003) sehingga dengan perilaku pengguna *(Use Behavior)* dapat membuat sistem atau aplikasi lebih mudah digunakan. Perilaku pengguna bank digital dapat berbeda-beda, bisa dipengaruhi oleh faktor usia, tingkat kepercayaan pada perbankan, tingkat pengetahuan tentang keuangan atau literasi keuangan, kemudahan dan kegunaan yang ditawarkan bank digital, dan bisa juga dipengaruhi oleh faktor gender.

Perilaku pengguna bank digital dapat dipengaruhi oleh beberapa penyebab sehingga pengguna merasa lebih mudah dalam menggunakan dan mempengaruhi persepsi kegunaan. Penyebab *(antecedent)* yang mempengaruhi kegunaan persepsi dan kemudahan persepsi dikembangkan dalam penelitian ini sebagai ekstensi model *Technology Acceptence Model* (TAM) yang menjadi variabel eksternal. Penelitian ini berkontribusi terhadap perluasan model TAM mpelajari perilaku penggunaan bank digital Seabank.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Variabel eksternal yang dapat memperkuat dan memperlemah perilaku penggunaan sistem bank digital yang akan dibahas penelitian ini adalah faktor literasi keuangan digital. Penelitian ini juga akan memperkuat model TAM dengan menambah konstruk *perceived of security* atau persepsi keamanan sebagai tambahan konstruk model TAM.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang penyedia jasa pembayaran untuk melindungi keamanan dan efektivitas penggunanya, Bank Indonesia berwenang untuk berwenang menetapkan penggunaan alat pembayaran untuk memastikan keamanan dan efisiensi bagi penggunanya. Sistem pembayaran sangat penting dalam memfasilitasi kegiatan ekonomi, tanpa sistem pembayaran yang efisien dan andal, transaksi ekonomi akan terhambat. Demi menjamin kelancaran dan keamanan sistem pembayaran, Bank Indonesia fokus pada peningkatan, keamanan, efisiensi, perluasan akses, dan perlindungan pengguna dalam kebijakan sistem pembayaran.

Seabank sebagai bank digital telah terdaftar sebagai bank perserta BI fast. BI Fast adalah sebuah infrastruktur yang diciptakan sebagai system pembayaran ritel nasional yang diperkenalkan oleh BI. Teknologi ini untuk pembayaran realtime aman, dan efisien. Selain itu, aplikasi Seabank juga terdaftar dan diawasi oleh otoritas jasa keuangan (OJK) dan merupakan peserta penjamin Lembaga Penjamin Simpanan, serta mematuhi seluruh standar keamanan yang diwajibkan (SeaBank, 2021).

Akan tetapi, sisi kelemahan Seabank ada pada layanan depositonya. Deposito Seabank baik periode satu bulan, tiga bulan, dan enam bulan tidak dijamin LPS (lemba penjamin simpanan) karena Tingkat bunga yang melebihi

ngkat bunga deposito di Seabank sebesar 6% yang melebihi persyaratan

ingga tidak memenuhi kriteria untuk mendapat jaminan LPS. Apabila tidak

Optimized using
trial version
www.balesio.com

memenuhi persyaratan dari LPS atau melebihi tingkat suku bunga yang dijamin oleh LPS, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab nasabah.

Dengan beberapa kelebihan dan kelemahan Seabank sebagai bank digital, maka peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana persepsi keamanan dapat mempengaruhi persepsi kegunaan, kemudahan, dan juga perilaku penggunaan. Persepsi keamanan mengacu pada keyakinan bahwa penyedia teknologi bertindak sesuai harapan konsumen (Pavlou & Gefen, 2004, Gefen & Straub, 2004).

Kepercayaan adalah pertimbangan utama dalam teknologi bank digital. Hubungan antara persepsi keamanan dalam transaksi online dan *use behavior* telah menjadi subyek banyak penelitian. Pavlou (2002) menyimpulkan bahwa kepercayaan, secara langsung dan tidak langsung, mempengaruhi niat transaksi online. Kurangnya transaksi fisik dalam melakukan pembayaran menggunakan bank digital menjadi penyebab perbedaan persepsi keamanan.

Untuk mengetahui suatu layanan bank digital terjamin keamanannya diperlukan pengetahuan tentang literasi keuangan digital. Sistem pembayaran non tunai memberikan kenyamanan bagi pengguna (OJK, 2023). Masyarakat tidak perlu khawatir tentang keterbatasan uang tunai, seperti kehabisan atau kesulitan menemukan uang pas. Pembayaran non tunai juga memungkinkan pelacakan riwayat transaksi melalui catatan elektronik, membantu pengelolaan keuangan pribadi. Berdasarkan kemudahan-kemudahan transaksi melalui system digital dan maraknya penggunaan teknologi pada berbagai rentang usia terutama pada usia produktif, serta tingkat pemahaman masyarakat yang teredukasi tentang literasi digital semakin tinggi.

terasi keuangan digital merupakan gabungan dari literasi keuangan dan digital, dengan pengetahuan, sikap perilaku terhadap keuangan menjadi

Optimized using
trial version
www.balesio.com

landasan dalam menggunakan platform keuangan digital (Tony *et al.*, 2020). Menurut Prasad et.al. (2018) literasi keuangan digital mengungkapkan kesadaran dan tingkat penggunaan produk dan layanan keuangan terkait dengan platform digital.

Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI), merumuskan prinsip-prinsip terkait dengan inklusi keuangan digital. Dalam *G20 High Level Principles for Digital Financial Inclusion* 2016, edukasi keuangan digital diperlukan masyarakat agar meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap layanan keuangan digital, antara lain: bagaimana mengakses produk dan layanan jasa keuangan secara digital, perangkat layanan keuangan digital yang akan digunakan, instruksi sederhana yang menjelaskan proses pemanfaatan layanan keuangan secara digital termasuk layanan pengaduan terhadap kesalahan dalam pemanfaatan layanan keuangan tersebut (Strategi nasional literasi keuangan Indonesia, OJK : 2017).

Pedoman inklusi keuangan digital dikembangkan oleh Kemitraan Global untuk Inklusi Keuangan (GPFI). Masyarakat membutuhkan edukasi keuangan digital untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap layanan keuangan digital, menurut Prinsip Tingkat Tinggi G20 untuk Inklusi Keuangan Digital (2016). Edukasi ini harus mencakup topik-topik seperti cara mengakses produk dan layanan keuangan daring, perangkat apa yang digunakan untuk layanan keuangan digital, dan petunjuk dasar yang menguraikan cara menggunakan layanan ini, beserta layanan pengaduan untuk setiap kesalahan yang dibuat (Strategi nasional literasi keuangan Indonesia, OJK : 2017).

Penelitian ini mencoba mengungkapkan hubungan sebab akibat antara ng mempengaruhi penerimaan sistem transaksi bank digital dengan model yang komprehensif. Model tersebut terdiri dari tiga konstruk

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Technology Acceptace Model TAM asli yakni : *Perceived of Usefulness* (persepsi kegunaan), *Perceived of Ease to Use* (persepsi kemudahan) dan *Behavioral Use* (perilaku penggunaan). Kemudian, penulis menambahkan ekstensi (perluasan) variable yang menjadi variabel eksternal sebagai modifikasi model TAM (jogiyanto, 2007). Variabel tersebut akan mendukung model penerimaan teknologi selain variable *perceived of usefulness* dan *perceived of ease to use.*

Variabel yang akan dikonstruk dalam penelitian ini adalah variabel *Digital Financial Literacy* atau literasi keuangan digital sebagai variabel eksternal dan variabel independent*. Perceived of Security* (PS) sebagai konstruk tambahan dari variabel mediasi persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan yang dapat memediasi pengaruh literasi keuangan digital terahdap perilaku pengguna bank digital Seabank.

Penelitian sebelumnya (Nugraha *et al.*, 2022) bertujuan Memahami faktor-faktor yang mendorong adopsi *Fintech* memainkan peran penting dalam mempercepat akses keuangan bagi UKM di Indonesia. Hasil dari penelitian (Nugraha *et al.*, 2022) menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap adopsi pengguna *Fintech*..

Penelitian dari Turker *et al.* (2022) menunjukkan hasil pengaruh *Subjective Norm* (SN) dan Perceived Compatibillity (PC) pada PEOU berbeda dari penelitian lain. Temuan ini menyiratkan bahwa jika individu menganggap suatu sistem sesuai dengan kebiasaan dan pengalaman mereka atau orang lain di sekitar mereka menyarankan penggunaan kode QR MPS, mereka akan cenderung menganggap penggunaan sistem lebih mudah dan tidak rumit. Terakhir, penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Security* (PS), *Subjective* ;N), dan *Perceive Compability* (PC) berpengaruh positif dan signifikan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

terhadap *Perceived Trust* (PT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa prediktor PT yang paling kuat adalah PS.

Penelitian selanjutnya berkaitan dengan gender dari Igamo *et al.* (2024) yaitu menyelidiki dampak berbagai faktor terhadap niat penggunaan dan perilaku penggunaan *Fintech* bagi Perempuan di Indonesia. Dalam penelitian ini, persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan penggunaan (PEU), sikap (AT), dukungan pemerintah atau *government support* (GS), literasi keuangan digital (LKD), dan nilai status quo (VSQ) merupakan beberapa variabel independen. Variabel-variabel tersebut berhubungan dengan adopsi *Fintech* melalui behavioraltention (BI) dan use behavior (UB).

Penelitian dari Al-shami *et a.l* (2024) mengenai dampak literasi keuangan digital pada inklusi keuangan oleh umkm menyimpulkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh signifikan pada inklusi keuangan. Sebaliknya dari penelitian dari Nugraha *et al.* (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak memiliki pengaruh langsung terhadap adopsi penggunaan Fintech. Meski begitu, literasi keuangan dapat berkontribusi besar dalam meningkatkan bisnis UKM dengan adanya inovasi dari para pelaku usaha. Oleh karena adanya inkonsistensi dari penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti dampak langsung dan tidak langsung dari literasi keuangan digital.

Berbagai penelitian yang menyelidiki variabel pengaruh penggunaan teknologi keuangan dengan mengekstensi model TAM, penelitian tersebut hanya menyelidiki penggunaan teknologi keuangan atau *Fintech* secara umum. Maka, penelitian ini akan akan berfokus pada *Fintech* secara khusus yakni bank digital yang sedang marak dan menjamur di Indonesia. Seabank dipilih menjadi objek ı sebab bank digital ini per November 2023 merupakan satu-satunya ital yang berhasil mencetak keuntungan sebesar 231 milyar rupiah.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Keuntungan yang cukup besar tersebut, Seabank akan lebih menarik pengguna bank digital dengan jaminan jauh dari potensi bangkrut, sehingga pengguna akan merasa jauh lebih aman bertransaksi digital menggunakan layanan Seabank.

Penulis mengkonstruk model TAM dengan menambahkan variable konstruk yakni *Digital Financial Literacy* (DFL) atau literasi keuangan digital sebagai variabel eksternal dan independen. Kemudian menambahkan persepsi kemanan sebagai variabel mediasi selain dua konstruk utama TAM, yakni persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Tiga variabel mediasi ini, yakni persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan dihadirkan sebagai solusi inkonsistensi pengaruh literasi keuangan digital terhadap penggunaan bank digital Seabank.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan isu latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Apakah literasi keuangan digital memiliki pengaruh pada penggunaan bank digital Seabank?
2. Apakah persepsi kegunaan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank?
3. Apakah persepsi kemudahan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank?
4. Apakah persepsi keamanan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank?

Optimized using
trial version
www.balesio.com

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis, sebagai berikut.

1. Pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan sistem bank digital Seabank.
2. Persepsi kegunaan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank
3. Persepsi kemudahan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank
4. Persepsi keamanan memediasi pengaruh literasi keuangan digital pada penggunaan bank digital Seabank

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberi kegunaan kepada berbagai pihak. Adapun kegunaan tersebut diuraikan di bawah ini.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini dapat memperluas ilmu dan pengetahuan bagi masyarakat ilmiah mengenai pengaruh literasi keuangan digital terahdap penggunaan sistem transaksi bank digital dengan variabel moderasi persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan. Penelitian ini dapat referensi dan rujukan tambahan bagi peneliti selanjutnya untuk keperluan pengembahan ilmu pengetahuan.

Penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan kepada peneliti mengenai pengaruh literasi keuangan digital terahdap penggunaan sistem transaksi ital dengan variabel moderasi persepsi kegunaan, kemudahan, dan n. Penelitian ini berguna sebagai sarana bagi peneliti menerapkan ilmu

Optimized using
trial version
www.balesio.com

dan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah melalui objek penelitian secara langsung.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi berupa informasi mengenai pengetahuan pengaruh literasi keuangan digital terahdap penggunaan sistem transaksi bank digital dengan variabel moderasi persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan. Penelitian inipun dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Perusahaan bank digital dalam mengevaluasi perilakuy ang mendorong penggunaan sistem transaksi bank di masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini mengacu pada Pedoman Tugas Akhir Mahasiswa Universitas Hasanuddin (2013). Berikut penjabaran sistematika tersebut.

Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan semuanya termuat dalam pendahuluan Bab I. Riwayat masalah dijelaskan dalam Bab I dengan mengacu pada motivasi penulis untuk meneliti variabel X, Y, dan variabel *intervening.*

Bab II berisi kajian pustaka yang terdiri atas tinajuan toeri, konsep dan tinjauan empiris. Tijauan toeri berisi teori-teori yang mendasari penelitian ini. Teori.teori dan konsep-konsep yang digunakan berasal dari literatur-literatur yang relevan baik dari perkuliahan maupun sumber lainnya. Tinjauan empiris berisi ı-penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitia ini.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Bab III berisi kerangka konseptual dan hipotesis. Kerangka konseptual meliputi suatu bentuk kerangka berpikir yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah.Serta melakukan hipotesis penelitian.

Bab IV adalah metode penelitian yang menguraikan rancangan penelitian, pengembangan, situs dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrument penelitian serta teknik analisis data yang akan digunakan.

Bab V berisi hasil penelitian yang berisi uraian deskripsi data penelitian dan menyajikan hasil pengolahan data. Pada bab ini, diuraikan secara rinci hasil pengujian data.

Bab VI berisi pembahasan yang menguraikan pembahasan tiap-tiap variabel. Hasil penelitian dibahas lebih lanjut dengan menguraikan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan.

Bab VII berisi penutup yang menjabarkan kesimpulan. Pada uraian kesimpulan dipaparkan pula implikasi penelitian serta saran yang berkaitan dengan penelitian selanjutnya.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

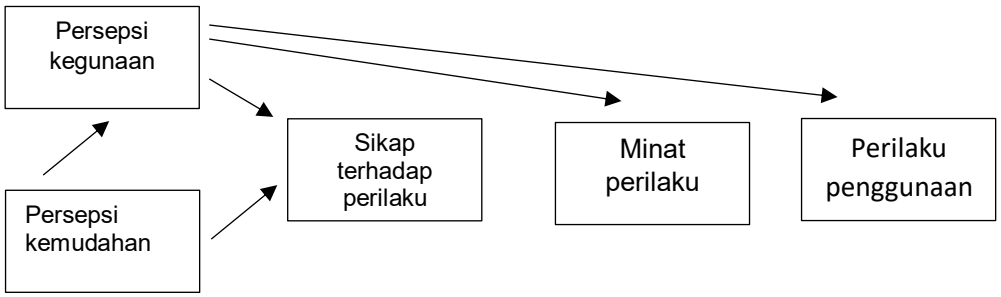
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (Model Penerimaan Teknologi) yang dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989) menjelaskan mengapa pengguna mengadopsi atau menolak teknologi baru yang diambil Theory of Reason Action (TRA) yang diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TRA membuktikan bahwa niat berperilaku berhasil menjelaskan dan memprediksi suatu perilaku tertentun (Davis *et al.*, 1989). TAM menangani keyakinan, niat, dan perilaku dalam urutan logis (Sun dan Zhang, 2006). Tujuan utama model ini adalah untuk melacak bagaimana elemen internal seperti keyakinan dan niat individu dipengaruhi oleh faktor eksternal. Menurut TAM, penggunaan teknologi dapat ditentukan oleh niat berperilaku (Davis *et al.*,1989).



Gambar 2.1 Technology acceptance model (TAM).

TAM memiliki dua konstruk utama yang dapat digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yaitu *perceived of usefulness* (persepsi kegunaan) *dan perceived of ease to use* (persepsi an penggunaan). TAM membantu untuk memahami kekuatan si PEOU dan PU terhadap niat dan perilaku pengguna (Venkatesh,

Optimized using
trial version
www.balesio.com

2000). Kemudahan penggunaan dan kegunaan sistem informasi merupakan faktor penentu penting dari penggunaan sistem yang sebenarnya, dan keduanya merupakan faktor yang dapat dikontrol oleh perancang sistem (Taylor dan Todd, 1995).

TAM mengatakan bahwa dua keyakinan—kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan—menentukan adopsi pengetahuan teknologi oleh individu. (Jogiyanto, 2007 : 112). Menurut Cahya (2016) TAM menjelaskan "hubungan langsung antara kemudahan penggunaan sistem informasi dan perilaku pengguna serta keyakinan pengguna terhadap manfaatnya."

Banyak peneliti merevisi TAM dengan menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap berbagai teknologi dapat berubah tergantung pada karakteristik pengguna, faktor organisasi, dan proses pengembangan teknologi (Szajna, 1996). Alasan lain untuk revisi dan perluasan TAM adalah bahwa perancang sistem umumnya menerima umpan balik mengenai PEOU dan PU; namun, umpan balik tersebut tidak cukup untuk mengambil tindakan terhadap aspek-aspek penting dari teknologi informasi (seperti fleksibilitas dan integrasi).

Meskipun TAM telah diterapkan dalam banyak penelitian sebelumnya dan terbukti dapat diandalkan secara empiris untuk menggunakan teknologi (Wang, 2021 & Thathsarani, 2022). Shachak, *et al.* (2021) mendokumentasikan bahwa dimensi lain perlunya dieksplorasi untuk memberikan perspektif komprehensif dalam mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu, beberapa penelitian memperluas TAM dengan beberapa variabel baru, seperti kecemasan terhadap

dan dukungan keluarga (Shacak *et al.*, 2019), pengaruh sosial yang

ı (Zheng dan Li, 2018 dan Bilan *et al.,* 2019), serta efikasi diri dan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

persepsi keceriaan (Linares *et al.*, 2021). Mengacu pada literatur sebelumnya, Penelitian ini menggabungkan beberapa variabel, termasuk literasi keuangan digital dan persepsi keamananan sebagai dimensi tambahan dari dua konstruk pembangun TAM.

2.1.2 Persepsi Kegunaan (*Perceive Usefulness*)

Ada banyak variabel yang memiliki kemungkinan berpengaruh pada penggunaan sistem teknologi transaksi. Penelitian terdahulu memaparkan ada dua faktor penentu yang sangat penting. Pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan suatu system teknologi transaksi tergantung pada keyakinan atau persepsi aplikasi pembayaran tersebut akan menolong mereka mengerjakan aktifitas dengan lebih baik. Variabel pertama ini merupakan *Perceived Usefulness* atau persepsi kegunaan/manfaat yang dirasakan dalam penggunaan sistem teknologi pembayaran.

Perceived usefulness atau persepsi kegunaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan sistem transaksi tersebut akan berdampak pada peningkatan kinerja pekerjaannya. Dalam konteks organisasi, orang umumnya diberi kenaikan gaji, bonus dan penghargaan untuk memacu motivasi kinerjanya (Pfeffer, 1982). Suatu sistem yang memiliki persepsi kegunaan yang tinggi, akhirnya akan menjadi sistem yang diyakini oleh pengguna akan adanya hubungan penggunaan-kinerja yang positif.

Dampak persepsi kegunaan pada pemanfaatan system dikemukakan oleh karya Schultz dan Slevin (1975) dan Robey (1979). Schultz dan Slevin (1975) melakukan analisis faktor eksplorasi terhadap 67 item kuesioner, yang ilkan tujuh dimensi. Robey (1979) berteori bahwa: "*Sebuah sistem yang*

Optimized using
trial version
www.balesio.com

tidak membantu orang melakukan pekerjaannya kemungkinan besar tidak akan diterima dengan baik."

Konsep persepsi kemudahan penggunaan (PU) mengacu pada upaya yang diperlukan oleh individu untuk menggunakan teknologi baru (Zhang *et al.*, 2018). *Perceived Usefulness* PU didefinisikan sebagai efektivitas penggunaan layanan *Fintech*, termasuk menilai antarmuka layanan *Fintech* dan kemudahan akses layanan *Fintech* melalui berbagai jenis perangkat (Nugrah *et al.*, 2022)

Persepsi kegunaan adalah keyakinan pengguna tentang seberapa berguna sistem informasi tertentu untuk melakukan pekerjaan mereka (Davis *et al.,* 1989). Persepsi kegunaan dianggap sebagai prediktor terkuat dalam menentukan perilaku niat berkelanjutan (Al-Maghrabi *et al.,* 2011). Venkatesh *et al*. (2003) berpendapat bahwa perilaku pengguna dan niat untuk terus menggunakan mungkin bergantung pada keyakinan pengguna tentang manfaat yang dirasakan dari sistem tertentu. Oleh karena itu, konsumen mungkin menunjukkan niat untuk terus menggunakan dompet seluler jika mereka menganggapnya berguna.

Penelitian sebelumnya mengkonfirmasi pengaruh positif dari persepsi manfaat terhadap niat konsumen untuk terus menggunakan mobile atau internet banking (Foroughi *et al.* (2019), Rahi *et al.* (2020) serta Rahi dan Ghani (2019)). Mengikuti teori TAM dan prospek serta akuntansi mental, Kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap pengguna (Davish *et al.* (1989) dan Kim *et al.* (2004)). Foroughi dan Ranmanesh (2019) menemukan bahwa "*sikap konsumen untuk terus menggunakan mobile oanking diprediksi oleh persepsi kegunaan dan kepuasan*."

eberapa penelitian juga telah mengkonfirmasi hubungan positif antara /ang dirasakan dan kepuasan pengguna (Foroughi *et al.* (2019) dan Amin

Optimized using
trial version
www.balesio.com

et al. (2014)). Rahi (2019) berpendapat bahwa "*manfaat yang dirasakan dan konfirmasi harapan adalah pendorong paling penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan internet banking*

2.1.3 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan adalah faktor penentu kedua yang sangat penting untuk mempengaruhi penggunaan sistem teknologi transaksi. Meskipun suatu system aplikasi transaksi berguna dalam menignkatkan kinerja, tetapi Tingkat kemudahan dan kesulitan dalam menjalankan suatu sistem transaksi menjadi pertimbangan. Apabila manfaat kinerja dari penggunaan tidak sebanding dengan Upaya penggunaan aplikasi, maka akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi *financial* tersebut (Davis *et al.*, 1989).

Persepsi kegunaan mengacu pada sistem yang diyakini oleh pengguna akan adanya peningkatan mutu kinerja dalam pemanfaatan sistem. Namun, pada persepsi kemudahan pengguna lebih cenderung mengacu pada para pengguna meyakini bahwa menggunakan sistem tertentu akan terlepas dari Upaya yang rumit. Hal ini mengikuti definisi kemudahan yakni kebebasan dari kesulitan atau usaha yang besar.

Upaya adalah kemampuan seseorang untuk mencurahkan kemampuannya pada berbagai tugas yang berada di bawah lingkup tugasnya terbatas. (Radner dan Rothschild, 1975). Suatu aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan dibandingkan aplikasi lain, kemungkinan besar akan diterima oleh pengguna. Dengan kata lain PEOU dapat dijelaskan sebagai persepsi konsumen terhadap kompleksitas teknologi baru (Mallat, 2007).

onsep persepsi kemudahan penggunaan (PEU) mengacu pada upaya erlukan oleh individu untuk menggunakan teknologi baru (Zhang *et al.*,

Optimized using
trial version
www.balesio.com

2018). PEU didefinisikan sebagai efektivitas penggunaan layanan *Fintech,* termasuk mengkaji antarmuka layanan *Fintech* dan kemudahan akses layanan *Fintech* melalui berbagai jenis perangkat (Turker *et al.*, 2023). Dokumentasi secara ilmiah bahwa fitur yang ramah pengguna dan desain antarmuka pengguna membantu konsumen dalam berinteraksi dengan layanan keuangan dan memicu proses adopsi teknologi baru (Setiawan *et al.*, 2021). Penelitian sebelumnya telah mengungkapkan bahwa PEU berdampak positif terhadap adopsi *Fintech* (Nathan *et al.* (2022) dan Agyei *et al. (*2020)).

Meskpin besarnya Upaya dalam menggunakan suatu sistem aplikasi ransaksi menjadi sebuah pertimbangan, pada akhirnya persepsi kegunaan dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan persepsi tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika aplikasi tersebut bermanfaat baik mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap dimanfaatkan jika pemakai merasa sistem tersebut memiliki dampak positif bagi kinerja.dengan intensitas penggunaan, suatu sistem yang sulit pada awalnya, akan terasa semakin mudah digunakan apabila dipakai secara rutin dan intens (Jogiyanto, 2007).

2.1.4 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan adalah perluasan variabel model TAM yang mempengaruhi penggunaan suatu sistem teknologi. Perepsi keamanan merupakan derajat keamanan transaksi pada sistem yang dirasaksan konsumen mengenai autentikasi, kerahasiaan, tidak adanya penolakan, dan integritas data saat melakukan transaksi pada sistem (Amorose & Magnier-Watanabe, 2012)

Kim (2014) meneliti tentang adopsi sistem *mobile cloud* dan menemukan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap adopsi sistem adopsi *mobile cloud.*

Persepsi keamanan adalah tidak merasa takut, khawatir, dari hal yang berbahaya atau dalam keadaan yang sentosa. Kemudian menurut Arpaci (2016) mendefinisikan "*keamanan adalah proteksi terhadapinformasi agar menciptakan lingkungan yang aman dan terjamin,"* Keamanan adalah keyakinan individu saat melakukan transaksi ia merasa aman sehingga akan sangat mudah bagi pengguna sehingga menimbulkan persepsi bahwa menggunakan layanan tersebut akan menguntungkan bagi dirinya (Bawa *et al.,* 2019). Keamanan data adalah perlindungan atas otorisasi data yang tidak sah, modifikasi data, perusakan data. Keamanan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana keyakinan bahwa suatu layanan aman untuk menyimpan dan berbagi data pribadi (Arpaci, 2016)

Transaksi pembayaran melalui perangkat seluler memerlukan transfer data pribadi. Oleh karena itu, persepsi keamanan konsumen dianggap mempengaruhi niat penggunaan pembayaran seluler (Shin (2009) dan Oliveira *et al.* (2016)). Lee dan Kim menemukan bahwa "*kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan suatu sistem sedangkan risiko keamanan berpengaruhi negative."* sebuah studi (Featherman *et al.,* 2010) mengenai adopsi layanan elektronik mengungkapkan bahwa kekhawatiran keamanan konsumen terkait pengungkapan data pengguna memengaruhi manfaat yang dirasakan.

Perbankan online di negara-negara berkembang dan melaporkan hubungan yang signifikan antara PEOU dan PS (Quresi *et al.,*1970). Lin & Kim (2016) mengkonfirmasi "*hubungan antara kecemasan pengguna tentang privasi informasi mereka dan PEOU*." Konsumen yang berbagi data pribadi saat a online berharap untuk melindungi informais mereka dan memverifikasi ndi. Ketika konsumen melakukan transaksi keuangan, mereka

Optimized using
trial version
www.balesio.com

mengharapkan penjual untuk melindungi data mereka sesuai dengan harapan tersebut.

Chellappa (2008) mengungkapkan bahwa "*konsumen mengasosiasikan perlindungan data dalam transaksi e-commerce dengan pemenuhan janji yang diberikan oleh penjual."* Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan dapat mempengaruhi persepsi kepercayaan. Studi lain (Yousafzai *et al.,* 2010) mengenai perilaku perbankan internet menegaskan bahwa langkah pertama dalam membangun kepercayaan online adalah memperkuat persepsi keamanan konsumen. Mereka mengklaim bahwa pengguna dapat membangun kepercayaan dan melakukan transaksi online setelah mereka memastikan keamanannya.

2.1.5 Literasi Keuangan Digital (LKD)

Literasi keuangan digital merupakan ekstensi variabel model TAM yang dapat mempengaruhi penggunaan suatu sistem teknologi transaksi bagi penggunanya. Literasi keuangan digital berkaitan dengan pemahaman risiko keuangan digital, pemahaman strategi mitigasi risiko, dan keakraban dengan hak-hak konsumen serta prosedur penyelesaian sengketa (Morgan et al., 2019). Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan (OJK,2017). Banyak penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya hal ini.

Literasi keuangan digital mencakup pemanfaatan perangkat lunak atau aplikasi pada perangkat digital pribadi untuk mengakses layanan dan produk keuangan. Hal ini berasal dari literasi digital dan keuangan digital, yang
an kompetensi yang sangat penting untuk beroperasi secara efektif dan
ang dalam perekonomian akar rumput di negara-negara berkembang (

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Yue *et al.,* 2022). Pinjaman online merupakan sebuah layanan keuangan digital yang mendasar, memainkan peran penting dalam memperkuat stabilitas keuangan dan mendorong pertumbuhan bisnis, menawarkan keuntungan berupa suku bunga yang lebih rendah dibandingkan dengan pengajuan pinjaman konvensional.

Hal ini memberikan aksesibilitas, penghematan waktu, manfaat, menyederhanakan prosedur, dan memfasilitasi penilaian status keuangan secara cepat. Namun demikian, kurangnya kemahiran tenaga kerja menimbulkan keterbatasan pada keterampilan digital dan keuangan (Lineres *et al.,* 2022). Sehingga mempengaruhi keputusan mengenai pemilihan layanan keuangan dan keamanan. Keterbatasan tersebut dapat mengakibatkan stagnasi operasional dan bahkan pembubaran usaha. Penelitian sebelumnya telah menggarisbawahi pentingnya pengetahuan dan motivasi yang tepat dalam pengembangan keterampilan dan perilaku baru. Perolehan pengetahuan dan kompetensi ini memberdayakan pengusaha kecil untuk mengakses platform layanan keuangan digital. Banyak sektor yang diinvestasikan dalam kemajuan upaya kewirausahaan, dengan sektor keuangan, terutama pemerintah.

Konsep multidimensi LKD menggabungkan literasi keuangan. Kemampuan finansial dan literasi digital. Literasi digital melibatkan perolehan pengetahuan, teknik, sikap, dan kualitas pribadi (Cheung *et al.*, 2020). Literasi keuangan mengacu pada tingkat pemahaman pengusaha kecil dalam menggunakan teknologi untuk mengakses layanan keuangan (Hilal *et al.*, 2020). Ada pendapat bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap sikap (Prochaska, 2009). Efikasi diri dan kemampuan keuangan digital dalam penggunaan teknologi dan literasi keuangan telah memperkuat asumsi-asumsi ini

2016).

Optimized using
trial version
www.balesio.com

2.1.6 Bank Digital

Digitalisasi perbankan menjadi lebih menarik pada tataran strategis. Produk telah didekonstruksi. Setiap produk bank dapat diuraikan menjadi komponen-komponen denominator terendahnya (Skinner, 2014 : 127). Salah satu pilihan layanan perbankan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah perbankan digital. Bank digital merupakan penyediaan layanan perbankan melalui kanal digital atau *online* menggunakan aplikasi seluler, situs web, dan platform lainnya (Megasyariah.co.id, 2023)

Bank digital menjadi salah satu solusi praktis sebagai layanan perbankan bagi masyarakat Indonesia saat ini. Keunggulan online yang menaikan trendbank digital dalam beberapa tahun terakhir dengan membawa *trademark* dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun (Yusuf *et al*, 2022). Mulai dari pendaftaran yang tidak harus pergi ke kantor cabang dari suatu bank, biaya admin yang lebih sedikit bahkan bisa gratis, sampai memiliki kecenderungan bunga yang lebih besar menjadi fitur andalan dari bank digital saat ini. Bahkan per bulan Mei 2022 Indonesia memiliki 10 Bank Digital dari bank besar yang ada. Banyaknya fitur yang ditawarkan dan pilihan bank digital membuat nasabah nyaman dalam menggunakan layanan keuangan(Fatimah & Hendratmi, 2020).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 disebutkan sebagai berikut.

Layanan perbankan digital adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

(customer experience), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan.

Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank melakukan transaksi diantaranya registrasi, pembukaan rekening transaksi perbankan (tarik tunai, transfer dan pembayaran), dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan *(financial advisor*y), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank. Layanan ini muncul sebagai respon dari bank umum terhadap perkembangan teknologi informasi dan gaya hidup masyarakat yang memasuki era digital.

Di Indonesia bank umum yang sebelumnya memusatkan layanan secara luring (luar jaringan) mulai berinovasi meningkatkan layanan yang bersifat mandiri (*self service*) dengan memanfaatkan media daring (Munsarif *et al,* 2022). Layanan ini berbeda dengan fitur mobile banking atau internet banking. Kedua fitur tersebut hanya dapat disebut sebagai semi-digital banking karena cakupan layanannya masih terbatas. Misalnya ketika kita memanfaatkan fitur mobile banking atau internet banking, kita tetap perlu mengunjungi kantor bank untuk melakukan verifikasi dokumen atau melakukan otorisasi transaksi yang melebihi limit nominal transaksi yang ditetapkan oleh manajemen bank. Sementara itu melalui layanan perbankan digital, kita dapat memproses semua kebutuhan layanan perbankan secara daring.

Hal tersebut tentunya sangat praktis dan fleksibel karena kita tidak perlu mengunjungi kantor bank dan menunggu antrian yang lama. Fitur dan perbankan digital yang dapat dimanfaatkan adalah sebagai berikut.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

1. Administrasi Pembukaan dan Penutupan RekeningMelalui layanan perbankan digital, proses administrasi sepenuhnya dapat dilakukan melalui daringtanpa perlu mengunjungi kantor bank. Hal yang perlu dilengkapi oleh calon nasabah ketika akan melakukan pembukaan rekening adalah menyiapkan dokumen seperti KTP dan NPWP untuk diunggah ke sistem perbankan digital. Kita harus mengunggah dokumen melalui *platform* atau sistem yang resmi dan jangan lupa untuk memahami terlebih dahulu dengan membaca persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Selanjutnya proses verifikasidokumen asli akan dilakukan secara virtual dan setelah berhasil maka setoran awal dapat dilakukan menggunakan fitur e-banking. Begitu pula proses penutupan rekening dapat dilakukan melalui daring tanpa perlu mengunjungi kantor bank.
2. Otorisasi transaksi perbankan digital menerapkan prinsip *self service* hingga dapat dilakukan secara daringtanpa melalui telleratau customer serviceyang biasanya ditemui di kantor cabang
3. Pengelolaan KeuanganSalah satu fitur yang menarik yang dapat ditemui dalam layanan perbankan digital adalah fitur mengelola pos keuangan dan dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan nasabah dalam mengelola keuangan.
4. Pelayanan Produk Keuangan LainnyaLayaknya layanan perbankan pada umumnya, perbankan digital juga menyediakan produk keuangan lainnya seperti tabungan rencana, deposito, pinjaman, bank assurance, transaksi *e-commerce* bahkan investasi.

eberapa kelebihan dari layanan perbankan digital diantaranya perbankan dapat dilakukan secara online (Hafizd, 2020), dapat diakses

Optimized using
trial version
www.balesio.com

kapanpun serta dimanapun selama 24 jam asalkan terhubung denganjaringan internet, keamanan yang lebih baik dengan proteksi berlapis, mudah dalam bertransaksi maupun otorisasi transaksi, cepat dan praktis karena tidak perlu antri di kantor cabang bank, dan tentunya biayanyamenjadi lebih hemat. Selain itu ada beberapa kekurangan dari layanan perbankan digital diantaranya sangat tergantung dengan jaringan internet dalam mengakses layanan (Mujiatun *et al,* 2022), walaupun didukung oleh keamanan yang berlapis akan tetapi selalu ada pihak tidak bertanggung jawab yang mencoba melakukan pencurian data pribadi bahkan membobol rekening, serta dapat memancing nasabah menjadi tidak terkendali dalam melakukan transaksi keuangan karena kemudahan yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital.

2.2 Tinjauan Empiris

Tijauan empiris merupakan uraian kajian yang diperoleh dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain. Beberapa peneliti yang telah melakukan kajian mengenai persepsi kemudahan dan kegunaan dari penggunaan *financial technology*.

Penelitian Igamo *et al.* (2024) mengembangkan model asli TAM dengan menambahkan beberapa variabel ekstensi yakni dukungan pemerintah, literasi keuangan digital, dan *value of status quo*. Pengaruh yang besar dalam memfasilitasi hubungan antara niat perilaku dan perilaku penggunaan pada perempuan Indonesia.

Penelitian (Turker *et al.,* 2022) menambahkan perluasan variabel dari model asli TAM yaitu kepercayaan dan norma subjektif. Makalah ini tidak kan efek SN yang signifikan dan positif berbeda dari tiga penelitian nya Temuan ini menyiratkan bahwa pemikiran dan saran dari lingkungan

Optimized using
trial version
www.balesio.com

sosial saja tidak cukup bagi masyarakat Turki untuk menunjukkan niat mereka menggunakan kode QR MPS

Penelitian dari Wang (2023) menambahkan variabel kepercayaan, privasi, dan sikap konsumen sebagai variabel konstruk dari model TAM asli. Hasil Penelitian DNP, indikator teratas adalah pelanggan memahami bahwa Open API yang diterapkan dalam aplikasi *Fintech* akan demikian diterapkan efektif dalam aplikasi *Fintech*. Persepsi pelanggan bahwa Open API yang diterapkan dalam aplikasi *Fintech* mudah dilalukan. Pelanggan merasa bahwa Open API meningkatkan keamanan aplikasi *Fintech.*

Penelitian Daragmeh *et al*. (2021) menambahkan variabel adaptasi dan konfirmasi, sikap konsumen, kepuasan konsumen, persepsi tingkat keparahan, dan persepsi lerentanansebagai konstruk dari model asli TAM.Hasil TCT penelitian menunjukkan sikap pengguna dan persepsi kegunaan memiliki dampak signifikan terhadap niat pengguna terus-menerus. Hasil ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu. Hal ini berarti, konsumen berniat menggunakan dompet digital dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan sikap. Penelitian sebelumnya mengkonfirmasi bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan adalah antesedan paling penting.

Penelitian Nugraha *et al*. (2022) berfokus pada penyebab yang mempengaruhi niat pengguna. Variabel konstruk dari penelitian ini adalah dukungan pemerintah, kepercayaan, dan inovasi pengguna.Penelitian menemukan bahwa penggunaan *Fintech* secara langsung berdampak pada niat UMKM untuk menggunakan *Fintech* selama masapandemi. Hasil tersebut konsisten dengan model TAM, yang mengatakan bahwaseseorang akan

imbangkan teknologi dari sudut pandang kegunaan teknologi dalam

angkan bisnis.

Optimized using
trial version
www.balesio.com

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Di samping itu, persepsi kemudahan, dukungan pemerintah, kepercayaan, dan inovasi pengguna memiliki dampak langusng yang signifikan pada adopsi *Fintech* UMKM. Namun, literasi keuangan tidak memiliki dampak langsung terhadap adopsi *Fintech.*

Penelitian Parasuraman *et al.* (2005) mengkonseptualisasikan, membangun, menyempurnakan, dan menguji skala beberapa item (ES-QUAL) untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan oleh situs Web tempat pelanggan berbelanja online. Skala dasar E-S-QUAL yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah skala 22 item yang terdiri dari empat dimensi: efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi. Skala kedua, E-RecS-QUAL, hanya penting bagi pelanggan yang tidak rutin mengunjungi situs tersebut dan berisi 11 item dalam tiga dimensi: daya tanggap, kompensasi, dan kontak.

Dalam penelitian ini, analisis regresi menggunakan ukuran skor faktor sebagai variabel independen dengan jelas dan konsisten menunjukkan bahwa faktor yang mewakili privasi memainkan peran penting dalam evaluasi tingkat tinggi pelanggan yang berkaitan dengan situs Web. dimensi ketersediaan sistem yang terdiri dari empat item E-S-QUAL, yang mewakili faktor yang memiliki pengaruh lebih kuat terhadap ukuran-ukuran dependen dibandingkan dengan dimensi ketersediaan sistem.

Penelitian Morant *et al.* (2022) terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), persepsi manfaat (PU), dan perilaku penggunaan perbankan online (UB) sebagai variabel yang berhubungan langsung. Persepsi kemanan Perceived security (PS) dimasukkan sebagai mediator dampak di UB.

Analisis ulti-kelompok (MGA) dan Analisis Peta Kinerja Penting (IPMA)

n. Sebagian besar hipotesis dampak langsung dan tidak langsung

secara statistik dan mendapat dukungan baik dari populasi kota maupun

Optimized using
trial version
www.balesio.com

kota kecil. PEOU tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap PS. Dampak langsung yang diharapkan ternyata berbeda di kota-kota besar dan kecil, meskipun perbedaannya sangat kecil. Studi ini memberikan kontribusi yang luar biasa mengenai tanggung jawab sosial sektor perbankan, yang dapat dikaji lebih lanjut untuk mencerminkan praktik inklusif.

Penelitian Schierz *et al. (*2010) mengenai penerimaan konsumen terhadap layanan pembayaran *online.* Variabel yang dianalisis meliputi persepsi kompabilitas, keamanan, kegunaan, kemudahan, mobilitasn individual, sikap terhadap penggunaan, norma subjektif, dan niat penggunaan layanan pembayaran digital. Penelitian ini menemukan bahwa kompabilitas yang dirasakan memiliki dampak yang besar pada niat penggunaan layanan pembayaran seluler. Faktoperingkat kedua adalah mobilitas individu. Masyarakat yang semakin *mobile* maka, akan makin membutuhkan layanan pembayaran seluler.

Penelitian Ravikumar *et al.* (2022) bertujuan untuk mengidentifikasi, mengukur, dan memvalidasi faktor penentu literasi keuangan digital. Diantara faktor penentu LKD, perilaku keuangan rasional berbeda secara signifikan berdasarkan jenis kelamin. Orang dewasa Perempuan memiliki perilaku keuangan rasional yang lebih banyak (Skor rata-rata : 3,346). Pengetahuan keuangan dan penerapan praktis pengetahuan dan keterampilan sangat bervariasi berdasarkan usia orang dewasa. Skor menunjukkan orang dewasa yang berusia lebih 56 tahun (generasi baby boomer) memiliki perilaku keuangan rasional yang lebih banyak (Skor rata-rata : 3,143).

Penelitian Luarn dan Lin (2004) mengemukakan hasil persepsi kredibilitas memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap niat berperilaku dibandingkan variabel

Optimized using
trial version
www.balesio.com

disional, yaitu keamanan dan privasi masalah ini ditemukan menjadi tiran yang signifikan bagi konsumen saat menggunakan ponsel

perbankan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menarik lebih banyak pengguna *mobile banking*, hal ini memerlukan lebih dari sekedar membuat sistem lebih mudah digunakan. Sangat penting untuk mengembangkan sistem perbankan seluler dengan fungsi-fungsi berharga dan dianggap dapat dipercaya untuk melindungi keamanan dan privasi pengguna.

Optimized using
trial version
www.balesio.com