

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### **2.1.1 Manajemen Keuangan**

Setiap perusahaan pada dasarnya berdiri karena adanya suatu struktur yang berfungsi untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Struktur yang bekerja dalam menjalankan perusahaan di bidang keuangan adalah manajemen keuangan. Dengan demikian, melakukan tindakan bisnis dalam suatu perusahaan tidak lepas dari peran sentral pengelolaan keuangan. Dalam mengelola keuangan perusahaan diperlukan seorang manajer keuangan yang cakap dan terampil dalam mengatur dan mengelola keuangan. Manajer keuangan memainkan peran penting dalam pengembangan perusahaan modern. Manajer keuangan yang sukses di masa depan perlu menambahkan metode baru ke pengukuran kinerja tradisional yang mendorong peran ketidakpastian dan asumsi yang lebih besar. Singkatnya, keputusan yang tepat dapat melibatkan tindakan yang nilainya kecil saat ini tetapi memberi Anda pilihan untuk melakukan sesuatu yang bernilai lebih besar di masa mendatang.

Menurut Horne & Wachowicz, (2016) manajemen keuangan (*financial management*) berkaitan dengan perolehan aset, pendanaan dan manajemen aset dengan didasari beberapa tujuan umum. Jadi, fungsi keputusan dalam manajemen keuangan dapat dibagi menjadi tiga area utama, yaitu antara lain:

1. Keputusan Investasi.

Keputusan aset adalah yang terpenting dari ketiga keputusan di atas ketika perusahaan ingin menciptakan nilai. Mulailah dengan menentukan jumlah total aset yang harus dimiliki perusahaan. Manajer keuangan harus memasukkan jumlah uang yang akan ditampilkan di atas dua garis dasar di sisi kiri laporan posisi keuangan, yang merupakan ukuran perusahaan. Sekalipun jumlahnya diketahui, komposisi aset tetap perlu ditentukan.

## 2. Keputusan Pendanaan.

Dalam keputusan pendanaan, manajer keuangan berhubungan dengan komposisi bagian kanan laporan posisi keuangan. Jika kita melihat bauran pendanaan dari berbagai perbedaan yang mencolok. Beberapa perusahaan memiliki utang dalam jumlah yang relatif besar, sementara lainnya hampir tidak memiliki utang sama sekali.

Kebijakan deviden perusahaan juga harus dipandang sebagai bagian integral dari keputusan pendanaan perusahaan. Rasio pembayaran deviden (*dividend-payout ratio*) menetapkan jumlah laba yang dapat ditahan dalam perusahaan. Semakin banyak jumlah laba saat ini yang ditahan dalam perusahaan berarti semakin sedikit uang yang akan tersedia bagi pembayaran deviden saat ini. Oleh karena itu, nilai dari deviden yang dibayarkan kepada para pemegang saham harus diseimbangkan dengan biaya peluang (*opportunity cost*) dari saldo laba yang hilang karena memilih pendanaan melalui ekuitas.

## 3. Keputusan Manajemen Aset.

Manajemen keuangan yang efisien membutuhkan adanya beberapa tujuan atau sasaran, karena untuk menilai apakah suatu keputusan keuangan efisien atau tidak harus berdasarkan pada beberapa standar tertentu. Walaupun berbagai tujuan dapat saja dibentuk, diasumsikan bahwa tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan yang ada saat ini.

Saham biasa adalah bukti kepemilikan dalam perusahaan. Kesejahteraan para pemegang saham diwakili oleh harga pasar per lembar saham biasa perusahaan, yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset perusahaan. Idenya adalah keberhasilan keputusan bisnis harus dinilai dari pengaruhnya terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi manajemen yang berkaitan dengan segala kegiatan seperti pembiayaan, pengelolaan, dan distribusi dalam suatu perusahaan.

### **2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)***

#### **A. *Technology Acceptance Model (TAM)***

Salah satu teori tentang penggunaan sistem informasi yang dianggap berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Menurut Jogiyanto HM, (2007) *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*). *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali diperkenalkan oleh Davis yang dikembangkan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*).

Pengguna teknologi memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang tersedia, tetapi persepsi negatif dihasilkan dari penggunaan teknologi tersebut. Karena ini berarti bahwa persepsi negatif muncul setelah pengguna merasakan teknologi, sehingga model TAM dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan upaya yang diperlukan untuk meningkatkan kemauan menggunakan teknologi.

Menurut Jogiyanto HM, (2007) teori *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karna pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat
3. TAM telah diuji banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik

4. TAM merupakan model yang persimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid.

#### B. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

*Theory of Planned Behavior (TPB)* adalah suatu pengembangan dari *theory of reasoned action (TRA)* yang sebelumnya dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Ajzen menyatakan bahwa *teory of planned behavior* telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis suatu perbedaan antara sikap dan niat, serta niat dan perilaku. . Dalam hal ini adanya upaya untuk menggunakan TPB sebagai pendekatan untuk menjelaskan bahwa *whistleblowing* dapat membantu mengatasi beberapa keterbatasan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memberikan cara untuk memahami kesenjangan yang dirasakan secara luas antara sikap dan perilaku.

Ajzen dan Fishben (1985) menyempurnakan *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan menyebutnya TPB. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dihasilkan dari niat individu untuk berperilaku, dan bahwa niat individu dihasilkan dari sejumlah faktor internal dan eksternal. Sikap individu tentang perilaku meliputi keyakinan tentang perilaku, peringkat efektivitas perilaku, norma subyektif, keyakinan normatif, dan motivasi untuk patuh.

#### **2.1.3 *Financial Technology (Fintech)***

Menurut Ivan et al., (2018) menyatakan *Financial Technology* merupakan sesuatu yang biasa disebut inovasi dalam bidang keuangan adalah penggabungan subjek lintas pemahaman di bidang teknologi, keuangan dan

manajemen inovasi. Defenisi tersebut dapat dituangkan dalam bentuk inovasi dalam berbagai segmen baik itu B2B (*Business-to-Business*) ataupun B2C (*Business-to- Consumer*), *Fintech* sendiri tebagi dari 4 segmen utama yaitu:

1. *Payment*
2. *Advisory Service*
3. *Financing*
4. *Compliance*

*Fintech* akan mempengaruhi kebiasaan bertransaksi yang muncul di masyarakat menjadi lebih praktis, efisien dan efektif. Penerapan *Fintech* juga telah diterapkan di banyak perusahaan dan sektor keuangan, misalnya: *Mobile Paymnet, Digital Bank, Raba Advisor, Digital Landing and Credit, Insurtech, dll.*

Saat ini, *fintech* dapat dimanfaatkan melalui teknologi seluler, seperti yang disebutkan oleh Song Yee Leng, Ameen Talib dan Ardi Gunardi (2018) mengatakan bahwa teknologi seluler dengan perangkat yang mendukung internet adalah tahap logis selanjutnya untuk dunia kampanye web, di mana ponsel mengambil alih, meskipun Misalnya, dan secara radikal akan mengubah cara produk dibeli dan dijual, serta layanan keuangan, khususnya sistem pembayaran seluler, yang disebut pembayaran elektronik atau pembayaran digital. Aplikasi pembayaran digital ini siap untuk menggantikan uang tunai, cek, kartu kredit dan debit tradisional di seluruh Indonesia, menjadikan pembayaran seluler sebagai cara yang lebih murah dan nyaman bagi pengguna untuk mengelola uang karena teknologi fintech membuka lebih

banyak pilihan bagi konsumen seperti menyimpan uang, lakukan pembayaran, transfer dana, dan lacak transaksi.

A. Jenis Jenis *Financial Technology*:

Saat ini perkembangan *fintech* di Indonesia sangat lah pesat. Sudah banyak berdiri perusahaan yang mengembangkan layanan keuangan berbasis teknologi. Ada beberapa jenis *fintech* yang ada di Indonesia diantaranya adalah ;

1. *Payment Sattlement and Clearing*

Sebelum manusia mengenal uang untuk bertransaksi dan mendapatkan barang yang di inginkan mereka harus melakukan barter. Namun sistem tersebut dianggap tidak efektif, sehingga muncul alat tukar yang disebut uang, yang pertama kali dikenal pada peradaban Sumeria dan Babylonia. Sehingga dengan adanya perkembangan tersebut uang dapat di kategorikan menjadi tiga jenis yaitu, uang barang, uang kertas dan uang giral. Dalam perkembangan teknologi saat ini muncul jenis uang baru yaitu uang elektronik atau biasa disebut *e-money*. Uang elektronik atau *e-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur :

- a. Diterbitkan atas dasar uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
- b. Nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik tertentu seperti *server* atau *chip*

- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik
- d. Nilai uang yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang diatur dalam undang-undang perbankan

## 2. *Crowdfunding* dan *Peer to Peer* (P2P Lending)

*Crowdfunding* adalah suatu bentuk penggalangan dana untuk berbagai jenis usaha, baik berupa ide produk, usaha, maupun usaha yang dananya berasal dari sumbangan masyarakat luas dan seringkali memiliki imbalan berupa barang atau jasa. *Crowdfunding* adalah bentuk kerjasama kolektif yang melibatkan perhatian dan kepercayaan masyarakat umum yang saling berhubungan dan mengumpulkan dana untuk mendukung proyek tertentu yang diprakarsai oleh individu atau kelompok. Dalam *crowdfunding*, investor mendistribusikan secara finansial untuk membiayai suatu proyek. *Crowdfunding* adalah jenis kegiatan penggalangan dana yang melibatkan penggunaan media sosial, web, dan aplikasi serta fasilitas teknologi informasi lainnya untuk mendukung proyek tertentu dengan imbalan barang atau jasa untuk melibatkan masyarakat dalam arti yang lebih luas.

Kegiatan *crowdfunding* tidak selalu didasarkan pada tujuan yang sama, kegiatan penggalangan dana teknologi informasi beragam sesuai dengan tujuannya. Jenis kegiatan *Crowdfunding* terbagi 4 bagian yaitu:

### a. *Donation – based*

Layanan *Donation-based Crowdfunding* adalah jenis kumpulan dana dimana donator tidak menerima imbaan apapun dari proyek yang diusulkan, kegiatan *Donation-based crowdfunding* dilakukan guna mendukung proyek-proyek sosial non-profit seperti bantuan bencana, pembangunan panti asuhan dan jenis kegiatan non-profit lainnya. Contoh *platform donation-based crowdfunding* adalah [kitabisa.com](http://kitabisa.com), [wujudkan.com](http://wujudkan.com).

b. *Reward-based*

*Reward-based* adalah jenis penggalangan dana yang menawarkan suatu imbalan atau hadiah pada proyek dalam bentuk barang, layanan, atau hak bukan keuntungan yang dapat diperoleh dari proyek. Jenis ini biasanya dilakukan untuk mendukung proyek-proyek industri kreatif, dan para donatur yang mendanai menerima kompensasi dari industri kreatif berupa barang dan jasa atau hak. Ada beberapa platform yang menyediakan layanan *crowdfunding berbasis reward* yaitu [Wujudkan.com](http://Wujudkan.com), [www.rockethub.com](http://www.rockethub.com)

c. *Lending-based atau Peer to Peer Lending*

*Lending-based crowdfunding* adalah suatu bentuk kegiatan penggalangan dana yang mana dana yang didapat berupa pinjaman dari donator. Seperti bentuk pinjaman pada umumnya donator akan mendapatkan imbalan berupa bunga dari dana yang disetorkan. [Modalku.com](http://Modalku.com), [Mekar.id](http://Mekar.id), [Kredina.com](http://Kredina.com), [Investree.com](http://Investree.com), [Amartha.com](http://Amartha.com),

Koinworks.com merupakan salah beberapa contoh *platform lending-based crowdfunding*.

d. *Equity-based*

*Equity-based* adalah jenis *crowdfunding* yang mana dana yang di setorkan akan menjadi sebuah asset dari perusahaan atau organisasi yang melakukan penggalangan dana dan adanya imbalan yang didapat oleh donator. Serupa dengan saham donator akan mendapat imbalan deviden dari keuntungan yang didapat atau organisasi. [www.fundable.com](http://www.fundable.com) , [www.sellaband.com](http://www.sellaband.com) , [www.equitycircle.com](http://www.equitycircle.com) dan [www.seedups.com](http://www.seedups.com)

3. *Market Aggregator*

*Market aggregator* atau *e-aggregator* merupakan layanan yang secara transparan mengumpulkan dan menganalisis informasi keuangan dari berbagai sumber. Dalam layanan ini, pihak aggregator menginterpretasikan informasi dengan cara yang berbeda tergantung pada makna dan konteks informasi yang dikumpulkan. E-Aggregator dapat digunakan sebagai platform yang mengagregasi berbagai informasi tentang perusahaan untuk investor, seperti: B. Risiko, pengembalian, dan dampak kelayakan kredit kelompok sasaran.

*Financial Aggregator* dapat dibagi menjadi 4 tipe berdasarkan sumber informasi dan tujuan dari *aggregator* , diantaranya adalah:

- a. *Relationship Type*, merupakan *aggregator* yang mengumpulkan berbagai jenis informasi yang dapat berguna bagi konsumen dari berbagai organisasi.
- b. *Comparism Type* merupakan *aggregator* yang dapat mengumpulkan dan menyajikan informasi yang sama pada komoditas serupa untuk keperluan perbandingan.
- c. *Internet Type* merupakan *aggregator* independen tanpa terikat kontrak yang tidak memiliki afiliasi dan mengumpulkan berbagai informasi dari internet atau web.
- d. *Intranet Type* merupakan *aggregator* yang dpat mengumpulkan informasi dari grup yang sama.

#### 4. *Risk and Investment Management*

Dalam industri manajemen risiko dan investasi *fintech*, ini dikenal sebagai robo-advisor, layanan yang menawarkan saran atau mengelola kekayaan pribadi dan manajemen kekayaan tradisional. Robo Advisor adalah solusi investasi otomatis yang menggabungkan teknologi secara digital dan pelatihan yang diperlukan dalam pengambilan keputusan, didukung oleh penyeimbangan portofolio menggunakan algoritme perdagangan berdasarkan investasi pasif dan strategi diversifikasi. Ditawarkan, manajemen risiko dan investasi adalah layanan manajemen kekayaan pribadi dengan alat teknologi yang memberi nasihat tentang pengambilan keputusan individu.

Meskipun *robo-advisor* berfokus pada penasehat digital dan perencanaan keuangan namun ada beberapa jenis lain yang termasuk dalam *Robo-Advisor* dalam sektor pengelolaan kekayaan pribadi diantaranya adalah:

- a. *Financial Advice* (Penasehat Keuangan)
- b. *Automated Investing* (Investasi Otomatis)
- c. *Social Responsible Investing* (Investasi untuk kegiatan sosial)
- d. *Invesment-related Research* ( Penelitian terkait investasi)

Sedangkan dalam sektor manajemen risiko ada beberapa layanan dari *Robo-Advisor* ini diantaranya adalah:

- a. *Life Insurance*
- b. *Medical Insurance*
- c. *Auto Insurance*
- d. *Property Insurence*

*Robo-Advisor* sangat berguna bagi setiap individu untuk mengelola kekayaan pribadinya. Dengan adanya *Robo-Advisor* setiap individu dapat melakukan perencanaan keuangan pribadi seperti berinvestasi, pernikahan, pension, membeli asset dan sebagainya dengan layanan yang lebih teratur, personal, tergantung pada nilai investasi dan resiko yang dihadapi.

Di Indonesia penggunaan layanan *Robo-Advisor* sudah banyak berkembang dengan adanya berbagai perusahaan pengembang di bidang ini seperti; Bareksa, cek premi, dan raja premi.

#### 2.1.4 Minat

Menurut Jogiyanto HM, (2007) minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Minat tidak selalu statis, minat juga dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Menurut Priambodo & Prabawani, (2015) minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Dengan kata lain, bahwa kecenderungan untuk menyelidiki dan memanipulasi yang dilakukan oleh seseorang lama-lama akan timbul lah minat.

1. Ciri-ciri minat sebagai berikut:

- a. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.  
Minat disemua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental.
- b. Minat bergantung pada kegiatan belajar, kesiapan belajar merupakan penyebab meningkatnya minat.
- c. Minat bergantung pada kesempatan belajar
- d. Perkembangan minat dibatasi oleh keadaan fisik yang tidak memungkinkan.
- e. Minat dipengaruhi oleh budaya
- f. Minat berhubungan dengan perasaan

g. Minat berbobot egoisentris, artinya seseorang senang terhadap sesuatu, maka akan timbul hasrat untuk memilikinya.

2. Minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

a. Kognisi (mengenal)

Faktor kognitif dalam arti minat didahului oleh pengetahuan dan informasi tentang objek yang menjadi sasaran minat tersebut. Pengetahuan adalah hasil dari pengetahuan dan itu terjadi pada orang yang ingin memahami objek tertentu. Sedangkan informasi adalah data yang diolah dalam bentuk yang berarti bagi penerimanya dan berguna untuk pengambilan keputusan saat ini atau masa depan.

b. Emosi (perasaan)

faktor emosi karena partisipasi atau pengalaman disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang). Perasaan biasanya muncul dari penemuan, pertimbangan, dan pemikiran.

c. Konasi (kehendak)

Unsure konasi adalah kelanjutan dari dua elemen. Artinya, faktor yang terwujud dalam bentuk kemauan dan keinginan untuk melakukan suatu kegiatan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

a. Faktor dari dalam (*instrinsik*) yaitu dorongan atau kecenderungan seseorang yang berhubungan dengan aktivitas itu sendiri yang datang dari dalam diri masing-masing individu. Faktor instrinsik adalah faktor

yang memengaruhi minat dari dalam diri individu yang diinginkannya atau disukainya.

- b. Faktor dari luar (*eksternal*) yaitu kecenderungan seseorang untuk memilih aktivitas berdasarkan pengaruh orang lain atau tujuan dan harapan orang lain. Suatu perbuatan atau kondisi ketertarikan yang dipengaruhi atau didorong oleh pihak luar.

Selanjutnya untuk mengukur minat, dapat menggunakan indikator Menurut Jogiyanto (2007) yaitu:

- a. Rasa ingin menggunakan
- b. Keadaan selalu menggunakan
- c. Dorongan untuk terus menggunakan dimasa yang akan datang

### **2.1.5 Transaksi**

Menurut Sunarto, (2003), transaksi adalah suatu kejadian ekonomi/keuangan yang melibatkan setidaknya 2 pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam-meminjam atas dasar sama-sama suka ataupun atas dasar ketetapan hukum.

Sistem transaksi adalah sistem pencatatan transaksi yang dilakukan secara rutin yang dimanfaatkan untuk berbagai macam bisnis. Terdapat dua sistem transaksi yang berkembang dimasyarakat, yaitu tunai dan non-tunai. Akhir-akhir ini sistem transaksi non-tunai semakin banyak bermunculan karena adanya digitalisasi dalam sektor keuangan internasional. Sementara itu, sistem transaksi dengan menggunakan uang fiat kertas telah membentuk dunia baru selama beberapa dekade terakhir, adanya perubahan dalam dunia non-tunai

lambat laun mampu meningkatkan daya tarik sendiri karena semakin populernya dunia internet dan perangkat *smartphone*.

- Pelaku Transaksi

1. Pemberi Dana

Pemberi dana adalah mereka yang memberikan sejumlah uang atas kegiatan pembelian terhadap suatu produk barang atau jasa. Para pemberi dana akan memberikan uangnya berdasarkan kesepakatan transaksi.

2. Penerima Dana

Penerima dana adalah mereka yang menerima uang dari kegiatan transaksi jual beli yang dijalankan atas suatu produk barang dan jasa. Para penerima dana akan menerima uang berdasarkan metode, jumlah, dan waktu pembayaran yang sebelumnya telah disetujui.

- Jenis –Jenis Transaksi Ekonomi

Pada umumnya, kegiatan transaksi yang terjadi terbagi menjadi dua bagian yaitu:

- a) Transaksi Internal

Transaksi internal adalah jenis transaksi ekonomi yang melibatkan divisi-divisi yang berbeda dalam suatu perusahaan yang akan melahirkan perubahan kondisi ekonomi perusahaan tersebut. Beberapa contohnya adalah memo dari atasan pada mereka yang diberi

perintah, perubahan nilai *financial* karna penyusunan, dan pemanfaatan perlengkapan kantor oleh berbagai divisi.

#### b) Transaksi Eksternal

Transaksi eksternal adalah suatu jenis transaksi yang melibatkan pihak luar perusahaan dan akan melahirkan perubahan kondisi *financial* perusahaan. Contohnya adalah kegiatan transaksi penjualan dengan pihak lain, transaksi pembelian dengan pihak lain, dan proses pembayaran utang piutang.

- Alat Buku Transaksi

Kegiatan transaksi harus selalu dilengkapi dengan alat bukti untuk bisa dipertanggungjawabkan di kemudian hari. Alat bukti transaksi tersebut juga diperlukan jika sewaktu-waktu terjadi sengketa yang tidak diinginkan. Berikut ini adalah bukti transaksi yang harus digunakan oleh perusahaan.

#### 1) Bukti Transaksi Internal

Alat bukti transaksi ini berbentuk memo internal yang diberikan oleh atasan pada kolega atau bawahannya. Artinya, alat bukti internal ini merupakan bukti transaksi yang terjadi di lingkungan perusahaan.

#### 2) Bukti Transaksi Eksternal

Alat bukti transaksi eksternal adalah alat bukti pencatatan atas setiap transaksi yang dilakukan dengan pihak luar. Beberapa alat bukti transaksi eksternal tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Faktor, adalah suatu penilaian penjualan dengan penilaian pembayaran yang dilakukan secara kredit.
- b. Kuitansi, adalah bukti penerimaan uang yang sudah ditandatangani oleh pihak penerima untuk diberikan kepada pembayar dan bisa dimanfaatkan sebagai bukti transaksi yang sah.
- c. Nota debit, adalah bukti transaksi pengembalian suatu barang yang sudah dibeli dan dibuat oleh pihak pembeli.
- d. Cek, adalah suatu surat atau dokumen yang berisi perintah tanpa syarat dari nasabah bank agar pihak bank melakukan pembayaran sejumlah uang yang tertulis dalam surat tersebut kepada pembawa surat cek.
- e. Rekening Koran, adalah suatu rangkuman transaksi *financial* yang telah dilakukan pada beberapa waktu tertentu pada rekening bank yang dimiliki oleh perusahaan atau seseorang.
- f. Bilyet giro, adalah suatu perintah pada pihak bank penyimpanan dana untuk memindahkan dana dalam jumlah tertentu pada rekening lain yang sudah tertulis.
- g. Bukti setoran bank, adalah slip setoran yang sudah disediakan oleh pihak bank dan memiliki fungsi untuk alat bukti bahwa mereka sudah menyetorkan uangnya dalam rekening tujuan.
- h. Bukti kas masuk dan keluar, kas masuk adalah suatu bukti penerimaan uang yang sudah disertai dengan dokumen tertentu, sedangkan bukti kas keluar adalah transaksi keluar kas dengan disertai dokumen tertentu.

- i. Bukti memorandum, adalah bukti transaksi yang diterbitkan oleh pimpinan perusahaan untuk berbagai kejadian yang terjadi di dalam internal perusahaan dan biasanya berlangsung pada akhir periode, seperti memo untuk menulis gaji karyawan yang masih harus dibayar.

### **2.1.5 Digitalisasi**

Menurut Asaniyah, (2017) Digitalisasi adalah proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, *scanner*, operator media sumber dan *software* pendukung. Digitalisasi merupakan proses alih media dari bentuk tercetak menjadi bentuk elektronik. Dengan digitalisasi koleksi buku langka akan tetap dapat dilestarikan. Dalam melaksanakan kegiatan digitalisasi perpustakaan harus memiliki kebijakan/ aturan koleksi apa saja yang perlu dialihmediakan.

#### **A. Proses Digitalisasi**

Proses digitalisasi merupakan kegiatan yang tidak mudah dilaksanakan. Proses digitalisasi tidak hanya sekedar memindahkan informasi yang terdapat pada bahan pustaka tercetak ke dalam bentuk digital, tetapi juga memiliki serangkaian tahapan atau prosedur dalam pelaksanaan kegiatan digitalisasi. proses digitalisasi dibedakan menjadi 3 tiga kegiatan utama, yaitu :

1. *Scanning*, yaitu proses memindai men-scan dokumen dalam bentuk cetak dan mengubahnya kedalam bentuk berkas digital.
2. *Editing*, adalah proses mengolah berkas PDF didalam komputer dengan cara memberikan *password*, *watermark*, catatan kaki, daftar isi, *hyperlink*, dan sebagainya.
3. *Uploading*, proses pengisian input metadata dan meng-upload berkas dokumen tersebut ke digital *library*.

## B. Manfaat Digitalisasi

Tujuan dari adanya digitalisasi adalah untuk membantu masyarakat dalam memudahkan segala aktivitas dan pekerjaan mereka sehari-hari. Tujuan ini memberikan manfaat yang cukup efektif dalam mengoptimalkan banyak hal hingga kita tidak perlu memakan banyak waktu serta usaha untuk mencapai target dari pekerjaan kita. Seperti misalnya saat kita ingin pergi ke suatu tempat yang terkadang belum diketahui rute pastinya, maka dengan adanya digitalisasi ini hadir lah sebuah inovasi dari para pelaku usaha dengan menciptakan berbagai macam aplikasi pencari rute atau aplikasi untuk kita bisa mengakses angkutan umum secara *online*.

Ada banyak sekali manfaat yang sangat berguna untuk banyak sektor dari adanya proses digitalisasi ini. Mulai dari sektor Perdagangan, sektor pendidikan, dan juga sektor kesehatan.

1. Manfaat di sektor perdagangan

Seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya jika digitalisasi memudahkan para pelaku usaha yang berada pada sektor perdagangan dengan berbagai macam manfaat yang diberikan. Untuk mengetahui secara lebih jelasnya mengenai manfaat bagi sektor perdagangan berkat digitalisasi adalah sebagai berikut:

- Meminimalkan biaya operasional
- Mampu menjangkau lebih banyak konsumen, dan
- Memudahkan proses pemasaran

## 2. Manfaat di sektor pendidikan

Jika kita melihat keadaan yang terjadi dalam sektor pendidikan jauh pada tahun-tahun sebelumnya mungkin perannya masih belum terlihat jelas. Namun, saat pandemi Covid-19 melanda seluruh negeri hingga berakibat pada terjadinya pembatasan interaksi antar sesama manusia yang dalam kasus sektor pendidikan ini seluruh kegiatan belajar-mengajar secara tatap muka dihentikan total. Maka digitalisasi adalah sesuatu yang saat itu menjadi penyelamat. Adapun manfaat bagi sektor pendidikan dari adanya proses digitalisasi adalah:

- Memudahkan kegiatan belajar-mengajar dari jarak jauh dengan *e-learning*
- Memudahkan pelajar dalam mengakses informasi terkait pelajaran
- Mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi teknologi dari para pelajar

### 3. Manfaat di sektor pemerintahan

- Meningkatkan efisiensi biaya
- Meningkatkan efisiensi waktu
- Memudahkan sistem pelayanan publik, seperti membayar pajak, retribusi, dsb.

### 4. Manfaat di sektor kesehatan

- Memudahkan tenaga kesehatan dalam mendiagnosis penyakit
- Memudahkan pasien dalam membuat janji temu
- Memudahkan proses konsultasi
- Memudahkan proses monitoring

#### **2.1.6 Pembayaran Digital (*Digital Payment*)**

Menurut Ivan et al, (2018) pembayaran digital atau disebut sebagai *digital payment* adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar.

Pembayaran digital merupakan sebuah inovasi dari perkembangan transaksi pembayaran dari masa ke masa. Dimulai pada tahun 1887 yaitu sebuah gagasan transaksi dengan menggunakan kartu kredit yang dijelaskan dalam novel *Looking Backward* pada tahun 1887. Era teknologi muncul dengan hadirnya internet pada tahun 1969 yang diciptakan oleh Tim Berners-Lee yang sekarang kita kenal dengan halaman internet dan situs yang

mempermudah menemukan dan membagikan informasi. Kemudian internet berkembang menjadi media perdagangan pada pertengahan 1990-an. Transaksi terus berkembang pada tahun 1983 yaitu muncul gagasan tentang uang elektronik yang dimunculkan oleh David Lee Chaum yang mengemukakan ide mengenai digital cash dalam makalah penelitiannya. Selanjutnya pada tahun 1994 Stanford Federal Credit Union menjadi insitus pertama yang menawarkan layanan online banking. Pada masa tersebut sebagian besar layanan keuangan online menggunakan sistem *micro payment*. Pada tahun 1998 muncul sistem *mobile payment* dengan transaksi nirkabel yaitu Paypal. Setelah itu muncul industri *mobile payment* lainnya seperti *Apple Pay* dan *Alipay*, sekarang gagasan uang elektronik dan transaksi secara digital sudah menjadi kenyataan dan mulai mendominasi sistem transaksi diberbagai negara salah satunya Indonesia. Adapun transaksi pembayaran digital di Indonesia adalah GO-PAY, OVO, DANA, ShopeePay, LinkAja, Sakuku, dan Doku.

Dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan pembayaran digital terdapat beberapa keuntungan yang diperoleh sebagai berikut:

- a. Transaksi lebih mudah dan praktis
- b. Transaksi lebih aman
- c. Kenyamanan dalam bertransaksi
- d. Kecepatan transaksi
- e. Bisa digunakan untuk berbagai layanan.

### **2.1.7 OVO dan DANA**

#### **1. OVO**

OVO adalah sebuah aplikasi *smart* atau *mobile payment* yang memberikan layanan pembayaran dari transaksi secara *online*. Di dalam aplikasi OVO, dana akan terbagi menjadi dua, OVO *Cash* dan OVO *Points*. OVO *Cash* adalah nilai uang yang dimiliki pengguna di dalam dompet digital. OVO *Cash* adalah jumlah uang yang digunakan untuk pembayaran di semua *merchant*, juga berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kita melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, OVO *Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat (Wiranti,2018) Sedangkan OVO *Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO *Cash* di *merchant-merchant* rekanan OVO. Untuk OVO *Points* dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO. Untuk konversinya, setiap kali melakukan transaksi minimum senilai Rp10.000,- maka akan mendapatkan 1 OVO *Points*. Setiap 1 OVO *Points* yang didapatkan memiliki nilai Rp1,-. Untuk menukarkan OVO *Points*, bisa langsung melakukan proses *redeem* langsung lewat aplikasi OVO. Atau juga bisa langsung melakukan pembayaran via OVO *Points* saat bertransaksi di *merchant-merchant* OVO. Biasanya, pengguna akan mendapatkan *cashback* apabila pengguna membayar menggunakan OVO *Cash*. OVO *Points* juga dapat digunakan untuk pembayaran layaknya OVO *Cash*, namun cakupannya lebih kecil (Wiranti, 2018).

- Fitur Umum OVO

a. Point Berlipat

Dapat diartikan sebagai salah satu fitur paling utama dari aplikasi OVO, yang memiliki arti, kita dapat mengumpulkan poin dari berbagai perbelanjaan yang dilakukan di *merchart* dengan tanda OVO *Zone*. Seperti telah di singgung sebelumnya, OVO tidak hanya menawarkan medi pembayaran OVO juga menawarkan *loyally reward* yang dapat diperoleh setiap melakukan transaksi diberbagai *merchart* rekanan OVO.

b. Promo Pematik

Fitur selanjutnya yakni OVO menawarkan berbagai penawaran menarik bagi anggota OVO yang berbelanja di *merchart* rekanan OVO.

c. Pembayaran Lebih Cepat

Sama seperti media pembayaran lainnya, OVO juga menawarkan pembayaran yang lebih cepat dan mudah dalam bertransaksi.

- Layanan Pembayaran OVO

- a. Melakukan transaksi *online* atau *offline* di *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan OVO.

- b. Pembayaran parkir di tempat-tempat yang bekerja sama dengan OVO.

- c. Pembelian pulsa telepon.

- d. Pembayaran di layanan aplikasi Grab.

2. DANA

Merupakan aplikasi dompet digital yang memungkinkan kamu melakukan transaksi pembayaran non tunai secara cepat, efektif, efisien, dan aman. Dengan menggunakan aplikasi DANA para pengguna dapat melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, dari mulai untuk membeli pulsa, membayar tagihan (listrik, telepon, air hingga BPJS), membeli *voucher Google Play*, membayar cicilan, dan berbelanja secara *online*.

Adapun beberapa keunggulan dana yaitu:

- a. Prosesnya lebih cepat dan mudah
- b. Memiliki berbagai program
- c. Transfer lebih efisien

### **2.1.8 Kemudahan, Keamanan dan Kecepatan Transaksi**

#### 1. Kemudahan

Menurut Jogiyanto HM, (2007) persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana percaya bahwa orang yang akan menggunakan sistem khusus akan bebas dari usaha. TAM berpendapat persepsi kemudahan penggunaan adalah salah satu penentu utama penerimaan sistem informasi.

Selanjutnya untuk mengukur minat, dapat menggunakan indikator Menurut Jogiyanto (2007) yaitu:

- a. Mudah digunakan
- b. Terkendalli

- c. Jelas dan dimengerti
- d. Fleksibel
- e. Mudah menjadi terampil
- f. Mudah digunakan

## 2. Keamanan

Menurut Simson & Spafford, (2003) Keamanan informasi merupakan bagaimana dapat mencegah adanya suatu penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya suatu penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, yang dimana informasinya tidak memiliki suatu arti fisik.

Selanjutnya untuk mengukur minat, dapat menggunakan indikator

Menurut Charfeddine (2012) yaitu:

- a. Mampu melindungi transaksi
- b. Transaksi lebih aman
- c. Mudah dipercaya

## 3. Kecepatan Transaksi

Menurut Wu et al., (2016) kecepatan transaksi sering disebut sebagai waktu respon telah mendapat perhatian dalam konteks sistem informasi dan *e-commers* karna peningkatan fokus pada efesiensi sumber daya operasional.

Selanjutnya untuk mengukur minat, dapat menggunakan indikator

Menurut Poon (2008) yaitu:

- a. Tidak ada antrian
- b. Respon terhadap keluhan

c. Perbandingan dengan perbankan nasional

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting digunakan sebagai pedoman dan pijakan dalam penulisan skripsi. Hasil dari penelitian terdahulu ada yang berpengaruh signifikan (positif), tidak berpengaruh signifikan (negatif) dan berpengaruh secara parsial. Berikut penelitian terdahulu pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Kurniawan, (2020)	Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat pengguna OVO	Variabel Independen: Kemudahan (X1)Kebermanfaatan (X2) Variabel Dependen: Minat pengguna OVO (Y)	Metode kuantitatif deskriptif melalui metode penelitian survey	Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan saat digunakan di kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat secara luas. Begitu pula dengan OVO yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomiannya, bukan tidak mungkin masyarakat akan berminat untuk menggunakan aplikasi OVO dalam metode pembayaran yang sangat mudah dengan tinggal isi saldo.
2.	Nasir, (2021)	Pengaruh persepsi kemudahan	Variabel Independen Kemudahan	Metode penelitian menggunakan	Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi

		<p>penggunaan efektifitas dan resiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO studi pada mahasiswa S1 Universitas sarjana wijayata tamansiswa</p>	<p>(X1) Efektifitas (X2) Risiko (X3)</p> <p>Variabel Dependen: Minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO (Y)</p>	<p>akan metode kuantitatif</p>	<p>kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO, efektifitas berpengaruh signifikan negative terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO, risiko berpengaruh signifikan negative terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO, secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektifitas dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO dalam metode pembayaran yang sangat mudah dengan tinggal isis saldo.</p>
3.	Puspita, (2019)	<p>Analisis kesesuaian teknologi penggunaan digital payment pada aplikasi OVO</p>	<p>Variabel Independen Kesesuaian teknologi (X1)</p> <p>Variabel Dependen: Digital payment pada</p>	<p>Metode kuantitatif</p>	<p>Faktor-faktor yang terbukti signifikan mempengaruhi digital payment berdasarkan responden pengguna OVO yaitu kenyamanan berpengaruh positif terhadap</p>

			aplikasi OVO (Y)		persepsi manfaat yang digunakan, berpengaruh positif terhadap penggunaan, keamanan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat yang dirasakan, kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat yang dirasakan,
4.	Leoni Joan dan Tony Sitinjak, (2019)	Pengaruh Persepsi Kebemerafaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-pay	Variabel Independen: Persepsi kebermerfaatan (X1) Kemudahan penggunaan (X2)  Variabel Dependen Minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay (Y)	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian yang diperoleh adalah persepsi kebermerfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan, serta persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kebermerfaatan
5.	Tarantaget al., (2019)	Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia	Variabel tunggal	Metode kualitatif	Kemajuan teknologi di era ekonomi digital atau dapat disebut juga dengan era revolusi industri 4.0, memang tidak dapat dihindari. Khususnya dalam perkembangan sistem pembayaran digital yang semakin pesat. Transaksi pada zaman dahulu hanya menggunakan uang tunai, kemudian mulai

					<p>beralih dengan menggunakan kartu ATM atau kartu kredit/debit, dan seiring dengan perkembangan zaman hadirlah <i>e-payment</i> atau pembayaran digital yang mana sistem pembayaran digital ini sangat mudah dan praktis untuk digunakan. Sistem pembayaran digital memiliki kelebihan dan kekurangan. Tetapi secara umum, kelebihan dari sistem pembayaran digital ini lebih besar daripada kekurangannya. Hadirnya sistem pembayaran digital ini bukan berarti menghilangkan eksistensi uang tunai. Tetapi, dengan adanya sistem pembayaran digital ini juga dapat meminimalisir terjadinya inflasi di negeri ini akibat banyaknya uang yang beredar di masyarakat.</p>
6.	Novitasari & Supriyanto, (2020)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan OVO pada Mahasiswa fakultas ekonomi universitas negeri Yogyakarta	<p>Variabel Independen: Gaya hidup (X1) Persepsi (X2) Kepercayaan (X3) Promosi (X4)</p> <p>Variabel Dependen: Keputusan penggunaan</p>	Metode kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup, persepsi, kepercayaan dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan penggunaan OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi</p>

			OVO (Y)		Universitas Negeri Yogyakarta. Keputusan penggunaan OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dipengaruhi oleh keempat variabel bebas tersebut sebesar 46,1% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
7.	Paath & Manurung, (2019)	Analisis persepsi pengguna layanan transaksi digital terhadap financial technology fintech dengan model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay "Gojek" di purwokerto)	Variabel Independen: Persepsi penggunaan layanan (X1)  Variabel Dependen: Transaksi digital terhadap financial technology (Y)	Metode kuantitatif	Hasil uji korelasi yang diperoleh sebesar 0,186 yang menunjukkan bahwa $0,186 > 0,05$ berarti H1 diterima yaitu adanya hubungan kemudahan, keandalan, kegunaan, efisiensi bertransaksi dengan model <i>FinTech E-Money Go-Pay</i> di kota Purwokerto dengan durasi pemakaian, dan jumlah karakteristik responden. Hasil perolehan $Sig=0,000$ , berarti pembayaran digital dengan model <i>FinTech E-Money Go-Pay</i> di kota Purwokerto dapat diterima masyarakat untuk membantu dan mempermudah kegiatan keseharian terutama dalam transaksi keuangan.

					<p>Nilai Durbin Watson yang diperoleh sebesar 1,671 menunjukkan bahwa terjadinya auto korelasi adalah 50%. Hasil ini berarti adanya hubungan model pembayaran, durasi pemakaian <i>FinTech E-Money Go-Pay</i> di kota Purwokerto, jumlah karakteristik responden sebagai pengguna dengan <i>Useability, Reliability</i>, <i>Functionality</i>, <i>Efficiency</i> dari fitur <i>FinTech E-Money Go-Pay</i> atau karena ada faktor lainnya.</p>
8.	Nirawati et al., (2020)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran dana ( studi kasus pada mahasiswa administrasi bisnis UPN “VETERAN” Jawa Timur)	<p>Variabel Independen: Kepraktisan (X1) Keefektifan (X2) Hemat dan ptomosi (X3)</p> <p>Vaeriabel Dependen: Minat konsumen menggunakan Dana (Y)</p>	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepraktisan, keefektifan, hemat, dan promosi dapat mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan dana.
9.	Khoiriyah et al., (2020)	Analisis minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech) di jawa tengah	<p>Variabel Independen: Persepsi manfaat (X1) Persepsi Kemudahan penggunaan (X2) Kepercayaan (X3) Resiko (X4)</p>	Metode kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech secara terpisah maupun

			Variabel Dependen: Minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech) (Y)		secara simultan
10.	Ahmad & Pambudi, (2013)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Bank Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)	Variabel Independen :. Persepsi Manfaat (X1) Persepsi Kemudahan (X2) Keamanan (X3) Ketersediaan Fitur (X4) Variabel Dependen: Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Y)	Metode Kuantitati f	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, manfaat, dan ketersediaan fitur secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat ulang menggunakan internet banking dapat diterima

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, dengan variabel independen yang akan digunakan adalah kemudahan, keamanan dan kecepatan transaksi terhadap variabel dependen minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, jenis penelitian yang digunakan adalah primer dan sekunder.

### 2.3 Hubungan Antar Variabel

1. Kemudahan (X1) dengan Minat Bertransaksi Menggunakan Pembayaran Digital (Y)

Menurut Jogiyanto HM, (2007) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Penggunaan teknologi memercayai bahwa TI yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan.

Kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital menekankan bahwa pada anggapan tentang kemudahan yang akan diterima dalam penggunaan teknologi informasi tersebut. Mahasiswa yang beranggapan bahwa pembayaran digital yang dipelajari mudah, tentu saja akan mengesampingkan segala kekurangan pembayaran digital, dan mereka akan memiliki Minat untuk menggunakan pembayaran digital tersebut. Sebaliknya mahasiswa yang terlanjur berpikiran bahwa pembayaran digital yang akan dipelajari sulit, maka akan cenderung takut dan tidak mempunyai Minat untuk menggunakan pembayaran digital tersebut.

## 2. Keamanan (X2) dengan Minat Bertransaksi Menggunakan Pembayaran Digital (Y)

Menurut Simson & Spafford, (2003) keamanan informasi meupakan bagaimana dapat mencegah adanya suatu penipuan (*Cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya suatu enipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, yang dimana informasinya tidak memiliki suatu arti fisik. Jika mahasiswa beranggapan bahwa pembayaran digital ini aman untuk dilakukan, maka mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan transaksi dengan pembayaran digital . Begitu pula sebaliknya, jika seseorang

berpersepsi bahwa transaksi dengan pembayaran digital tidak aman, maka mahasiswa tersebut tidak akan melakukan transaksi dengan pembayaran digital.

### 3. Kecepatan Transaksi (X3) dengan Minat Bertransaksi Menggunakan Pembayaran Digital (Y)

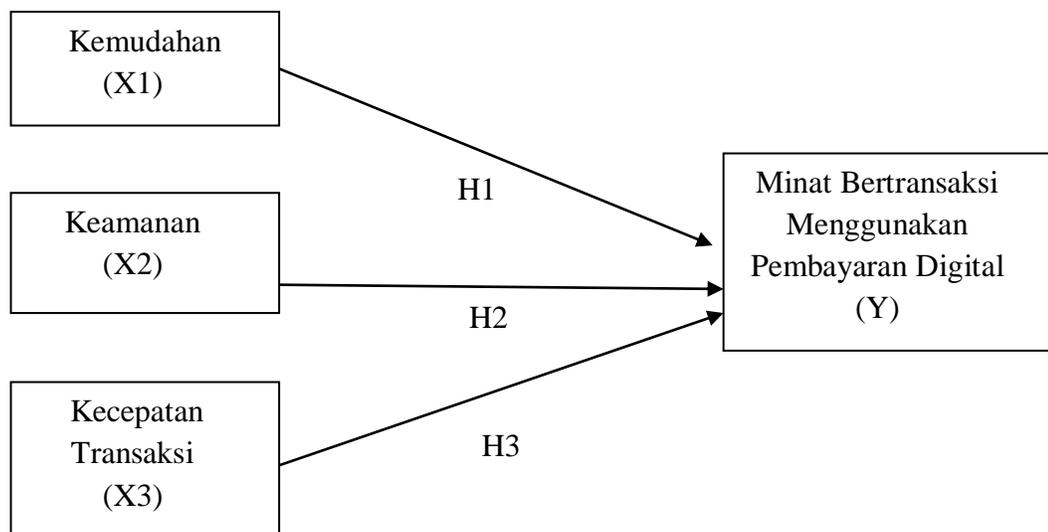
Kecepatan Transaksi, Menurut Wu et al., (2016) kecepatan transaksi sering disebut sebagai waktu respon telah mendapat perhatian dalam konteks sistem informasi dan *e-commers* karna peningkatan fokus pada efesiensi sumber daya operasional, jika mahasiswa memiliki persepsi yang baik mengenai sistem teknologi informasi yaitu yakin bahwa hal tersebut dapat memberikan kecepatan saat bertransaksi, maka mahasiswa akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya jika mahasiswa memiliki persepsi bahwa sistem tersebut tidak dapat memberikan kecepatan dalam bertransaksi, maka mahasiswa tidak akan menggunakan sistem tersebut.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Hubungan yang terjadi antara kemudahan, keamanan, dan kecepatan transaksi terhadap minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital, kemudian hubungan kemudahan dengan minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital, hubungan keamanan dengan minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital, dan hubungan kecepatan transaksi dengan minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital.

Kerangka pemikiran menunjukkan hubungan antara kemudahan, keamanan dan kecepatan transaksi terhadap minat pembayaran digital. *E-payment* adalah model pembayaran yang dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengguna hanya perlu bertransaksi secara *online* dengan memanfaatkan internet, tanpa harus datang jauh-jauh untuk bertemu dengan penjual.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk

kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data . Berdasarkan data-data penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital
- H2 : Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital
- H3 : Kecepatan Transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan pembayaran digital.