

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. *Theory Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* diperkenalkan oleh Azjen dan Fishbein pada Tahun 1980 yang diusulkan oleh Davis pada Tahun 1989.<sup>1</sup> TAM ialah suatu model penelitian awal yang sangat berpengaruh dalam rangka menjelaskan perilaku adopsi teknologi informasi. TAM ialah model yang dianggap sangat berpengaruh dan umum yang sering digunakan dalam rangka menjelaskan pemahaman seorang individual dalam penggunaan teknologi informasi (TI).

Model TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan TI dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya TI oleh pengguna (*user*). Model ini menempatkan factor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variable yaitu *usefulness* (kemanfaatan) dan *easy of use* (kemudahan penggunaan).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Desvronita, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model' Jurnal AKMENIKA VOL 18 NO 2 OKTOBER 2021, h.2

<sup>2</sup> Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intesitas Layanan Perpustakaan Melalui Mobile Data

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), konsep mengukur kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan sebagai kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi baru. Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan bebas dari usaha<sup>3</sup>

## 2. E-Wallet atau Dompot Digital

Electronic Wallet (E-Wallet) menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) adalah pelayanan elektronik guna menyimpan data instrumen pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran.

Kehadiran dopet digital sebagai alat transaksi pembayaran elektronik telah banyak mengubah gaya hidup masyarakat. Dompot digital menggunakan metode pembayaran non-tunai (*cashless*) yang memiliki banyak

---

<sup>3</sup> Nurhayun Fatmawati, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay (Studi Kasus Generasi Z Di Purbalingga)’ Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2022, h. 9

keuntungan jika dibandingkan dengan pembayaran tunai (*cash*). Saat ini banyak masyarakat yang telah menggunakan dompet digital karena transaksi online dinilai jauh lebih praktis dibandingkan transaksi offline. Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi secara online maupun offline (Atia Nadira, n.d.). Dalam menggunakan dompet digital, masyarakat perlu melakukan pengisian saldo untuk dapat melakukan berbagai macam transaksi secara *online* maupun *offline*. Dengan catatan transaksi *offline* yang dimaksud adalah tetap menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi, namun bedanya bertransaksi langsung dengan melakukan scan kode QR yang tersedia.<sup>4</sup>

### 3. Persepsi Manfaat

Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa pengguna percaya bahwa sistem dan teknologi akan lebih efisien dan meningkatkan kinerja pengguna saat bekerja dan terdapat manfaat dari penggunaan. Hal ini dapat menentukan kepercayaan pengguna dengan menggunakan suatu teknologi sistem informasi akan meningkatkan pekerjaannya maka pengguna akan menggunakannya atau sebaliknya jika pengguna percaya bahwa teknologi sistem

---

<sup>4</sup> [https://books.google.co.id/Teknologi Keuangan Anak Muda](https://books.google.co.id/Teknologi%20Keuangan%20Anak%20Muda).  
(Diakses pada tanggal 7 Juni 2023)

informasi kurang berguna maka pengguna tidak akan menggunakannya.

Pendapat Lui dan Jamieson, persepsi manfaat adalah suatu ukuran kepercayaan individu bahwasannya pemakaian dari sistem akan memudahkan beberapa pekerjaan alhasil dapat dijalankan dengan lebih cepat. Kemudian dikatakan bahwasannya persepsi manfaat bisa mengidentifikasi beberapa kegunaan yang didapat pengguna dengan memakai internet guna menjalankan transaksi.

Pada Technology Acceptance Model (TAM) menyatakan bahwa persepsi manfaat ialah penentu dasar yang mempengaruhi minat pemakaian suatu teknologi. Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan individu dalam penggunaan teknologi akan membantunya menaikkan produktivitas pekerjaannya. Sehingga manfaat dalam menggunakan e-wallet dapat didefinisikan sebagai akibat baik yang akan didapatkan pengguna e-wallet. Persepsi manfaat menunjukkan penilaian subjektif kebermanfaatannya yang diajukan oleh e-wallet guna memberi kemudahan penggunaannya sehingga dapat merasakan layanan yang diinginkan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> I Gusti Putu Geria Warsita Widya Darma dan Sunitha Devi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif Terhadap Minat Pengguna E-Wallet di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-wallet di Kota Padang)" Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesa Volume 13 No : 04 Tahun 2022. H 1425

#### 4. Persepsi Kemudahan

Davis mengartikan persepsi kemudahan sebagai kepercayaan akan kemudahan, yakni ukuran di mana pengguna yakin bahwasannya teknologi atau sistem itu bisa dimanfaatkan dengan gampang serta terhindar dari problem. Intensitas serta interaksi di antara pemakai dengan sistem juga bisa menampakkan kemudahan. Persepsi kemudahan membuktikan seberapa besar seorang pemakai teknologi aplikasi online berasumsi bahwa teknologi itu tidak banyak membutuhkan usaha yang sulit.<sup>6</sup>

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Konstruk persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Erfi Syahniah Farahdiba, 'Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)' Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (2019), h.16

<sup>7</sup>Nurhayun Fatmawati 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay (Studi Kasus Generasi Z di Purbalingga)', Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2022), (h. 10)

Pada Technology Acceptance Model (TAM) dijelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasa pada individu membuat peningkatan pada kinerjanya. Sistem dengan kemudahan yang baik akan memberikan sedikit upaya dalam pemakaiannya. Kemudahan ini memberikan efek pada niat pemakaian e-wallet, dimana semakin mudah akan semakin niat orang memakai e-wallet.<sup>8</sup>

##### **5. Promosi *Cashback***

Kotler & Armstrong mendefinisikan promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk serta meyakinkan konsumen agar membelinya. Media informasi yang dipakai dalam promosi dapat berbentuk media offline maupun online, contohnya media cetak, tv, dan media online. Cashback adalah penawaran yang diberikan dari si pemberi tawaran untuk mengembalikan sejumlah nominal uang dalam jumlah tertentu kepada beberapa konsumen yang telah membeli sebuah produk atau jasa (Moriarity et al.,2011).

*Cashback* adalah suatu bentuk promosi yang menawarkan pengembalian dana dengan persentase tertentu kepada konsumen yang memenuhi persyaratan serta ketentuan yang sudah ditentukan oleh penyelenggara cashback,

---

<sup>8</sup> I Gusti Putu Geria Warsita Widya Darma dan Sunitha Devi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif Terhadap Minat Pengguna E-Wallet di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-wallet di Kota Padang)"Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesa Volume 13 No : 04 Tahun 2022. H 1425

cashback dapat berupa uang tunai, uang virtual, produk, point atau koin. Keunggulan cashback antara lain dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan transaksi dengan meningkatnya pembelian berulang, mempertahankan harga produk dan mampu meningkatkan brand awareness atau kesadaran merek.<sup>9</sup>

Cashback merupakan salah satu *sales promotion*. Menurut Pater dan Olson (2016) *sales promotion* (promosi penjualan) merupakan stimulus langsung terhadap konsumen agar melakukan pembelian. Pemberian promosi bertujuan untuk mengajak konsumen untuk bisa menggunakan barang atau jasa, promosi dapat mencakup iklan, promosi penjualan, penjualan personal hubungan masyarakat dan pemasaran secara langsung Dianti (2017). Ballestar (2016) juga berpendapat bahwa cashback adalah salah satu strategi pemasaran yang masih sangat relevan dan efektif dalam menjangkau konsumen.

Berdasarkan pengertian cashback diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa cashback adalah suatu penawaran dimana pembeli dikembalikan suatu persentase uang tunai atau mata uang virtual atau bahkan diberikan suatu produk tetapi dengan syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh penjual.

---

<sup>9</sup> Risma Handayani , Eman Sulaeman, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay' , YUME : Journal of Management Volume 5 Issue 3 (2022), 81 - 92

## 6. Minat Menggunakan

Menurut Kotler (2012) minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima suatu rangsangan dari mengamati sebuah produk, lalu merasa tertarik dengan produk tersebut serta merasa ingin mempunyai produk tersebut. Djamarah 2008, menjelaskan minat sebagai suatu kecenderungan seseorang untuk memperlihatkan dan mengengap beberapa aktivitas secara terus-menerus dengan senang. Menurut Ajzen 2011 dalam Ramadhan 2016 menjelaskan bahwa minat merupakan suatu keadaan seseorang dalam lingkup kemungkinan subjektif, termasuk hubungan antara orang itu sendiri dengan perilaku tertentu. Menurut Jati 2019 dalam Ernawati & Noersanti 2020, minat dalam penggunaan teknologi informasi adalah keinginan seseorang dalam penggunaan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dan berasumsi bahwa seseorang itu memiliki akses terhadap teknologi informasi tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan Kholid 2018, mengartikan minat sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan pada suatu objek tertentu. Kamil 2019, menyatakan minat menggunakan ialah suatu aktivitas dan perhatian seseorang yang tertuju pada objek tertentu karena merasa terdorong dan melakukan suatu perilaku guna meraih sasaran tertentu.

## 7. Uang Elektronik

Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut: a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip; dan c. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Nilai Uang Elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.<sup>10</sup>

## 8. Pandangan Islam Mengenai *E-Wallet*

Sebagai agama yang sempurna, Islam dengan Al-Qur'an dan Hadisnya mempunyai aturan yang jelas dalam mengatur seluruh kehidupan manusia (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001). Demi mewujudkan kebahagiaan hidup, Allah telah mengatur salah satu urusan manusia, yaitu bermuamalah dalam bidang ekonomi. Dalam hukum Islam, bertransaksi dengan dompet digital atau uang elektronik hukumnya boleh, asalakan dikerjakan dengan cara yang

---

<sup>10</sup> <https://www.bi.go.id>

benar serta didasari saling rida meridai.<sup>11</sup> Hukum ini didasarkan pada dalil Al Qur'an An-Nisa : 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ۚ لَا تَأْكُلُوا ءَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ ۖ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً عَنِ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا ۚ أَنْفُسَكُمْ ۖ إِنَّ اللَّهَ  
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>12</sup>

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSNMUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. DSN MUI memutuskan menetapkan fatwa tentang uang elektronik syariah dengan beberapa ketentuan umum sebagai berikut:

1. Uang elektronik (electronic money) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:
  - a. Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.

---

<sup>11</sup> [https://books.google.co.id/Modul-Indonesia-Cakap-Digital-Pendekatan-Integritas-Intekoreksi-Keislaman-\(Edisi-2\)h.38](https://books.google.co.id/Modul-Indonesia-Cakap-Digital-Pendekatan-Integritas-Intekoreksi-Keislaman-(Edisi-2)h.38) (Diakses pada tanggal 7 Juni 2023)

<sup>12</sup> <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>

- b. Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
  - c. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbitbukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.
  - d. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
2. Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>13</sup>

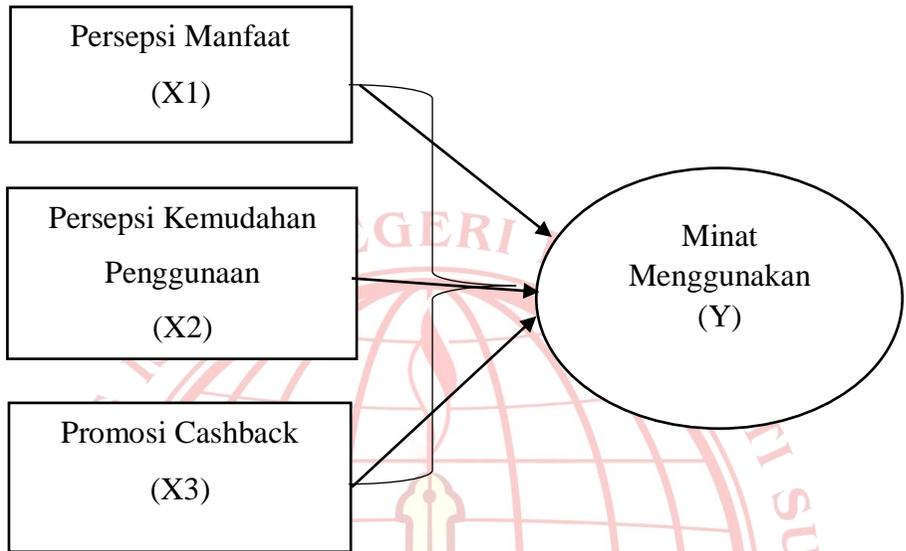
### **B. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variable yang satu dengan variable yang lain

---

<sup>13</sup>Elsa Lisnawati, 'Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Biaya Isi Ulang (Top Up) Produk E-Money Bank Syariah Mandiri KC Bandung Dago', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, ISSN: 2460-2159, (h. 434)

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



**Keterangan :**

- = Menggambarkan Pengaruh Secara Parsial
- ⎵ = Menggambarkan Pengaruh Secara Stimulan
- = Menggambarkan Variabel Dependen (Y)
- = Menggambarkan Variabel Independen (X)

**C. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai : hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variable yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H1 : Diduga terdapat pengaruh antara persepsi manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan dompet digital
2. H2 : Diduga terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet digital
3. H3 Diduga terdapat pengaruh antara promosi *cashback* terhadap minat menggunakan dompet digital
4. H4 : Diduga terdapat pengaruh anatara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan promosi *cashback* terhadap minat menggunakan dompet digital

