

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Jogiyanto menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.<sup>30</sup> Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Davis mengartikan tentang persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) merupakan bentuk kepercayaan seseorang terhadap sistem teknologi yang mudah digunakan tanpa diperlukannya usaha apapun.<sup>31</sup> Menurut Davis, dimensi dari *Perceived Ease of Use* dibagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari: *easy to learn, controllable, clear and understandable, Flexible, easy to become skillful, easy to use.*<sup>32</sup>

*Cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata,

---

<sup>30</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta : (2007), 157-167

<sup>31</sup> Davis, F. D. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, (1989), 319-340

<sup>32</sup> *ibid*

melainkan uang digital.<sup>33</sup> Dompot digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan. Dompot digital bisa di unduh secara gratis melalui smartphone setiap orang.<sup>34</sup>

## B. Minat Bertransaksi *Cashless*

Jogiyanto berpendapat bahwa Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah kemauan seseorang untuk melakukan aktivitas ataupun perilaku tertentu. Minat tidaklah selalu sama, seiring berjalannya waktu minat seseorang dapat berubah. Ketika seseorang menyadari implikasi dari tindakannya menimbulkan hal yang positif maka orang itu akan mempertahankan minatnya.<sup>35</sup> Menurut teori Hurlock mengemukakan bahwa minat adalah akar dari motivasi yang membuat seseorang melakukan aktivitas, kegiatan, maupun hal lain yang mereka inginkan. Saat mereka melihat adanya keuntungan maupun kelebihan yang akan berdampak positif pada mereka maka mereka akan merasa berminat.<sup>36</sup> Kartini Kartono mendefinisikan bahwa minat adalah ketika keinginan yang tertuju secara intens pada suatu objek.<sup>37</sup> Pada penelitian ini minat merupakan rasa ketertarikan seseorang untuk melakukan transaksi

---

<sup>33</sup> Bintarto, E. *Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan*. Call For Essays, (2018), 1– 77

<sup>34</sup> Rosmayanti. *Apa Itu Dompot Digital?* Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompotdigital.html>, 2019, di akses 10 April 2023

<sup>35</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta : (2007), 157-167

<sup>36</sup> Hurlock, Elizabeth B., Terjemahan, Dr. Med Meita Sari Tjandrasa, *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga, (1990)

<sup>37</sup> Kartini Kartono, *Psikologi Umum* (Bandung: Mandar Maju, (1998), 112

*cashless*. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu diantaranya adalah:

1. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yg berhubungan dengan jasmani dan rohani
2. Faktor Motif Sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan individu berada
3. Faktor Emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.<sup>38</sup>

Penelitian ini termasuk golongan faktor emosional, karena penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Dalam penelitian ini kegiatan yang dimaksud adalah kegiatan Minat Bertransaksi, sedangkan objek penelitian ini berfokus pada *cashless*. Hawkins berbicara bahwa orang menggunakan atau membeli barang atau jasa kalau produk tersebut menunjang pembentukan konsep dirinya atau jika produk tersebut akan membuat orang lain memandang dirinya sesuai konsep dirinya.<sup>39</sup> Transaksi dapat didefinisikan sebagai kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan sedikitnya dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha atau pinjam meminjam.<sup>40</sup> Apabila pertukaran tersebut memberikan manfaat positif, maka transaksi tersebut akan diminati. Jika seseorang merasa senang

---

<sup>38</sup> *ibid*

<sup>39</sup> Ashar Sunyoto Munandar, *Psikologi industri dan organisasi*, 2001, 458-466, Hlm. 426

<sup>40</sup> Zulkifli Amsyah, *Manajemen Sistem Informasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, (2001)

dan berminat melakukan transaksi, orang itu akan terus melakukan transaksi di masa yang akan datang. *Cashless* atau *e- wallet* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada pengguna melalui elektronik dan saluran komunikasi internet. Pengguna tidak perlu berlama-lama mengantri di bank, cukup bermodalkan *hand phone*, komputer/PC dan koneksi internet para pengguna dapat melakukan transaksi.

*Internet Banking* memberikan berbagai manfaat bagi pengguna, namun dibalik itu terdapat risiko dalam penggunaannya. Oleh karena itu diperlukan pengaman yang baik untuk dapat mengakses layanan *Internet Banking*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka minat bertransaksi menggunakan *cashless* adalah keinginan atau ketertarikan seseorang untuk lebih memperhatikan dan atau menggunakan *cashless* untuk menyelesaikan atau melakukan transaksi. Dapat diambil kesimpulan dari beberapa teori di atas bahwa minat merupakan akar dari sebuah motivasi yang membawa seseorang melakukan suatu hal yang mereka inginkan. Minat juga merupakan suatu elemen mental yang terbentuk dari gabungan perasaan menginginkan, rasa takut, prasangka, harapan yang memicu seseorang memilih pilihan tertentu.

Aspek-aspek minat :

1. Menurut Hurlock mengemukakan bahwa minat mempunyai dua aspek, yaitu:
  - a. Aspek kognitif / Pengetahuan. Minat didasarkan pada konsep yang dikembangkan seseorang mengenai bidang yang berkaitan dengan minat. Aspek kognitif ini dapat dilihat dari :
    - 1) Kebutuhan akan informasi seseorang yang berminat terhadap sesuatu akan menggali sebanyak mungkin informasi yang berkaitan dengan apa yang diminatinya.
    - 2) Rasa ingin tahu Besarnya rasa ingin tahu seseorang terhadap sesuatu dapat menentukan tingkat ketertarikan seseorang terhadap sesuatu tersebut. Semakin besar ketertarikan seseorang untuk tahu dan memperoleh pengetahuan maka semakin besar pula minat mereka dalam keingintahuan dalam suatu hal
  - b. Aspek afektif / Sikap. Minat berkembang dari pengalaman pribadi yang berasal dari lingkungan sekitar.<sup>41</sup> Sebagai contoh, seorang konsumen memiliki keuntungan yang baik dari mencoba belajar menggunakan *financial teknologi* sehingga ia akan merasa senang dan terus menggunakan transaksi *online* tersebut.

---

<sup>41</sup> ibid

2. Menurut Kartono ada tiga aspek minat yaitu:
  - a. Perhatian, yaitu pemusatan pikiran terhadap suatu obyek.
  - b. Evaluasi, yaitu penilaian terhadap obyek.
  - c. Motif, yaitu adanya daya dorong dalam diri seseorang dalam mencapai obyek yang diminati.<sup>42</sup>

### C. Kepercayaan

Menurut Lauster *Self-confidence* (kepercayaan diri) adalah sebuah perbuatan berlandaskan keyakinan pada kemampuan yang dimiliki dan dapat mempertanggung jawabkan atas perbuatan yang dilakukan.<sup>43</sup> Kepercayaan itu dibentuk atas dasar keyakinan pada diri sendiri berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Mayer et al mendefinisikan bahwa kepercayaan merupakan sebuah keyakinan salah satu pihak pada pihak lain dengan harapan bahwa pihak yang diberikan kepercayaan akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang sudah memberikan kepercayaan.<sup>44</sup>

Philip Kotler et al mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk membuka kemungkinan kerugian yang akan didapatkan selama melakukan transaksi online dengan didasari harapan terhadap janji-janji dan keuntungan yang ditunjukkan oleh aplikasi transaksi online.<sup>45</sup> Menurut Sitkin dan Roth yang dikutip dari penelitian Chauhan adalah “*Trust is the expectation that the trusted*

---

<sup>42</sup> ibid

<sup>43</sup> Lauster, P, *Tes Kepribadian, Terjemahan*: D.H Gulo. Jakarta: Bumi Aksara, (2003)

<sup>44</sup> Mayer et al, *E-Commers dan E-Bussiness*. E-ASEAN Task FourceUNDP, (2007)

<sup>45</sup> Philip Kotler. Et.al, *Sustainble Marketing Enterprise in Asia*. Prentice Hall. Singapura, (2001)

*party will accomplish the task reliably*". Maksud dari definisi tersebut berarti harapan bahwa suatu teknologi dapat dipercaya akan menyelesaikan tugas dengan baik. Meskipun memiliki banyak keuntungan, kurangnya kepercayaan pada suatu sistem dapat bertindak sebagai hambatan potensial untuk penggunaannya dari setiap inovasi yang ada.<sup>46</sup>

Dari beberapa teori kepercayaan di atas maka dapat di simpulkan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan, keinginan, juga kemauan seseorang pada suatu hal ataupun orang lain dengan harapan kepercayaan yang di berikan pada aplikasi *cashless* ini dapat memberikan hal baik juga memberikan keamanan bagi pengguna. Keamanan berarti bahwa pengguna teknologi tersebut aman, resiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian rendah

1. Mayer et al mengembangkan dimensi dari kepercayaan yaitu:

- a. *Ability* (kemampuan) Kemampuan adalah sekelompok keahlian, kompetensi, karakteristik, yang memungkinkan satu pihak memiliki domain spesifik. Kemampuan tidak hanya sekedar pelayanan terhadap individu, tetapi lebih pada semua aspek tentang bagaimana melakukan bisnis.
- b. *Benevolence* (niat baik) Niat baik berarti seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik

---

<sup>46</sup> Chauhan, Shummedha. (2015). *Acceptance of mobile by poor citizens of India : Integrating trust into the technology acceptance model*. Emerald Insight Vol. 17 Iss 3 pp. 58- 68: Institut Gugaon India.

kepada konsumen, niat baik merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

- c. *Integrity* (integritas) *Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kepercayaan terhadap toko online dapat dilihat dari *Ability* (kemampuan), *benevolence* (Niat baik), dan *Integrity* (integritas).<sup>47</sup>

2. Menurut Lauster terdapat lima aspek yang dapat membentuk rasa percaya diri yaitu :

- a. Keyakinan akan kemampuan diri, Sikap positif seseorang tentang dirinya bahwa dia dapat mengerti dengan sungguh-sungguh apa yang dilakukannya.
- b. Optimis, Sikap positif seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemampuan.
- c. Objektif, Sikap seseorang yang selalu percaya diri dalam memandang suatu permasalahan.
- d. Bertanggung jawab, Kesiediaan seseorang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.

---

<sup>47</sup> Mayer et al, *E-Commers dan E-Bussiness*. E-ASEAN Task FourceUNDP, (2007)

- e. Rasional dan realistis, Menganalisa suatu permasalahan, suatu hal, sesuatu kejadian yang menggunakan pemikiran yang diterima sesuai dengan kenyataan.<sup>48</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aspek persepsi menurut Mayer et al adalah *Ability* (kemampuan), *Benevolence* (niat baik), *Integrity* (integritas). Sedangkan menurut lauster adalah, Keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis.

#### **D. Generasi (X)**

Menurut teori Lancaster & Stillman yang di kutip dari penelitian Debby Cynthia Kumala mengemukakan Generasi X merupakan individu yang lahir di tahun 1965 hingga 1980.<sup>49</sup> Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), video games, tv kabel, dan internet. Ciri-ciri dari generasi ini mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya.

---

<sup>48</sup> Lauster, P, *Tes Kepribadian, Terjemahan*: D.H Gulo. Jakarta: Bumi Aksara, (2003)

<sup>49</sup> Debby Cynthia Kumala, *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya*, Vol. 6, No. 1, (2020), 20

Perjalanan generasi x dengan kemajuan teknologi Generasi x di Indonesia mempunyai kebiasaan menonton Televisi daripada berselancar di *social-media*. Indonesia menghadirkan media televisi sejak Indonesia terpilih menjadi tuan rumah pada penyelenggaraan Asian Games IV yang dibuka pada 24 Agustus 1962.

Menurut Howe & Strauss yang di kutip dari penelitian Yanuar Surya Putra ada tiga atribut yang mengidentifikasi generasi yaitu :

- a. *Percieved membership* : persepsi individu terhadap sebuah kelompok dimana mereka tergabung didalamnya, khususya pada masa – masa remaja sampai dengan masa dewasa muda
- b. *Common belief and behaviors* : sikap terhadap keluarga, karir, kehidupan personal, politik, agama dan pilihan – pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan
- c. *Common location in history* : perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, contohnya seperti : perang, bencana alam, yang terjadi pada masa – masa remaja sampai dengan dewasa muda.<sup>50</sup>

Generasi X ini mampu beradaptasi dan menerima perubahan dengan cukup baik. Generasi X memiliki karakteristik seperti banyak akal, independen, butuh kenyamanan emosional, lebih suka sesuatu

---

<sup>50</sup> Yanuar Surya Putra. *Theoretical Review :Teori Perbedaan Generasi*, Vol.9 No.18, (2016), 126-127

yang informal dan punya kemampuan usaha atau berdagang dibandingkan *baby boomers*.<sup>51</sup> Kehidupan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi seimbang, mengembangkan kesempatan yang dipunyai, menyukai hubungan pekerjaan yang positif dan menyukai kebebasan dan punya ruang untuk berkembang. Pengelompokan individu antar generasi berdasarkan periode kelahiran yang sama dan melakukan perjalanan hidup bersama, oleh karena itu setiap generasi akan mengalami kejadian-kejadian eksternal yang serupa saat di usia akhir remaja dan awal masa dewasa. seperti perubahan ekonomi, teknologi, politik, dan kehidupan. Kejadian-kejadian eksternal yang terjadi pada generasinya akan memengaruhi perilaku dan sikap antar generasinya.

---

<sup>51</sup> Ibid