

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Grand Theory*

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi adalah model yang menunjukkan bagaimana teknologi informasi. Teknologi pengakuan model TAM dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 sebagai adaptasi dari *theory of reasoned acition* (TRA), yang pertama kali diperkenalkan oleh Azjen dan fishbein pada tahun 1980. *Technology Accepatance Model (TAM)* menambahkan dua variabel utama kedalam model TRA yang termasuk komponen dalam TAM yaitu :

- a. *Perceived Usefulness (PU)*: persepsi pengguna tentang seberapa besar teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja mereka menentukan kecenderungan mereka untuk menerimanya. Jika mereka merasa teknologi tersebut bermanfaat mereka lebih kecenderung untuk menerimanya.
- b. *Perceived Ease of Use (PEOU)*: Persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan tekonologi Jika teknologi dianggap mudah digunakan, pengguna akan lebih mungkin untuk menerimanya, persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)¹⁴

TAM adalah suatu model gabungan dari persepsi, pengetahuan, penilaian dengan penyelesaian masalah melalui sikap seseorang dalam

¹⁴ F.D. Davis, "Perceived Usefullness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology", *Managament Information System Research Center*, Vol.13, No.3, (1998): 319

menerima teknologi. TAM mempunyai tujuan dalam memaparkan faktor penentu pada adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan adanya teknologi informasi tersebut¹⁵.

Faktor kemanfaatan dan kemudahan dalam penggunaan TAM menjadi dasar sikap terhadap penerimaan sistem teknologi informasi tertentu, yang selanjutnya menentukan intensitas perilaku untuk menggunakan, dan kemudian menghasilkan perilaku penggunaan secara aktual atau sebenarnya. Kebermanfaatan dirasa oleh pengguna sebagai sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan sistem teknologi mampu meningkatkan dan memberikan manfaat pada kinerja pekerjaannya. Kemudahan yang dirasa mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa sistem teknologi mudah dipahami dan digunakan sehingga terbebas dari usaha secara fisik dan mental.¹⁶

Kerangka TAM memberikan dasar untuk proses menentukan pengaruh faktor eksternal pada kepercayaan sikap dan tujuan pemakai ada enam variabel dalam kerangka TAM yang dapat menjelaskan bagaimana sistem teknologinbaru diterima oleh masyarakat, meliputi variabel eksternal (*external variables*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), intensitas perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*), dan penggunaan sistem secara aktual (*actual system use*). Model tersebut disajikan sebagai berikut ini terdapat enam

¹⁵ M. Iqbaria, "An Examination Of Factor Contributing to Micro Computer Technology Acceptance", *Journal Of Information System Quarterly*, Vol.13, No.6, (1994): 349

¹⁶ Jam'an, "Penerapan Teori Technology Acceptance Model Dalam Perilaku Pengguna Teknologi Internet (Studi Perilaku Dalam Menerima Teknologi Internet)," *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 3, no. 2 (2020): 73–85.

konstruk yang dapat menjelaskan penerimaan teknologi. Enam konstruk tersebut sebagai berikut :

- a. Variabel eksternal dalam model TAM bertujuan untuk mengembangkan beberapa variabel yang dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai penerimaan seseorang dalam memanfaatkan teknologi.
- b. Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
- c. Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha dan mudah digunakan.
- d. Intensitas perilaku penggunaan adalah suatu kekuatan niat seseorang untuk melakukan tindakan yang diinginkan.
- e. Penggunaan sistem aktual adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan atau pemanfaatan sesungguhnya dari teknologi.

2. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Keamanan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data pembentukan kepercayaan mengurangi kekhawatiran .¹⁷

Menurut Ari Ningsih, keamanan merupakan ukuran

¹⁷ Wahyuni, A. D., & Dahmiri. (2021). Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keamanan Konsumen dan Implikasinya terhadap Minat Beli Konsumen di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, Vol. 10.

kepercayaan pengguna *e-money* dapat dikatakan aman. Keamanan data pribadi pengguna *e-money* harus terjamin.

Ada kekhawatiran tentang penggunaan teknologi baru terhadap data pribadi atau informasi. Jika informasi penting jatuh ke tangan pihak yang tidak bertanggung jawab, itu dapat mengakibatkan kerugian bagi pihak yang memilikinya. Ini adalah komponen yang harus diperhatikan untuk memastikan bahwa sistem informasi yang digunakan aman dalam batas yang diizinkan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keamanan adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis atau perusahaan untuk memastikan bahwa informasi pengguna tetap aman dan dapat dikontrol dengan benar¹⁸

b. Indikator Keamanan

Menurut Raman & Annamalai indikator keamanan meliputi dua hal, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Terjaminnya transaksi, terjaminnya kerahasiaan data pribadi rasa percaya pembeli terhadap toko online akan menimbulkan rasa percaya membeli lagi
- 2) Kemudahan transaksi dengan sistem COD (*Cash on delivery*) merupakan metode yang paling aman. Sistem COD diterapkan oleh penjual dalam bertransaksi dengan *customer* ketika produk yang diorder oleh *customer* sudah tiba.

¹⁸ Endah Pri Ariningsih, Wijayanti Wijayanti, and Mahendra Galih Prasaja, "Intention to Use E-Wallet Dilihat Dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Dan Trust," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 2022, <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:247894514>.

- 3) Nomor resi sebagai bukti pengiriman paket dan bukti bahwa orderan *customer* sudah terkirim melalui ekspedisi. *Customer* juga dapat melacak paketnya dengan menggunakan nomor resi tersebut.
- 4) Citra *customer* terhadap penjual memiliki peran penting yang akan berpengaruh pada loyalitas konsumen dan memberikan rekomendasi kepada orang-orang di sekitarnya.
- 5) Kualitas produk, merupakan suatu ciri khas dari produk atau jasa yang diterima.
- 6) Produk yang sesuai dengan ekspektasi *customer*.

3. Kemudahan Penggunaan

a. Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki kiprah pada mempertinggi kinerja seseorang. Lantaran pengguna wajib memberikan sedikit bisnis dengan alat yang gampang digunakan, sehingga akan berupaya cadangan untuk menuntaskan tugas-tugas lain.¹⁹ Persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor, antara lain:

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, termasuk pengalaman pengguna saat menggunakan teknologi serupa.
- 2) Faktor kedua yakni reputasi akan teknologi yang diterima dari pengguna. Reputasi yang baik dari pengguna akan meningkatkan

¹⁹ Desita, W., & Dewi, A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi 82 Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (EWallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, Vol. 13

kepercayaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi.

- 3) Faktor ketiga yang berdampak pada persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi yakni ketersediaan mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang handal memberikan keyakinan kepada pengguna bahwa mereka memiliki mekanisme pendukung yang handal terdapat masalah dalam menggunakan teknologi, sehingga meningkatkan persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

b. Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Davis indikator kemudahan yaitu (*perceived of use*):

- 1) Mudah digunakan (*easy to use*), yaitu individu perlu mendukung teknologi tersebut dengan langkah-langkah yang mudah dipelajari untuk mendukung teknologi tersebut. Individu yang mudah mempelajari suatu teknik, akan dapat lebih mudah menggunakannya. Namun individu yang merasa kesulitan mempelajari teknologi, maka teknologi tersebut akan sulit digunakan.
- 2) Mudah dipelajari (*easy to learn*), yaitu sistem aplikasi *e-wallet* yang lebih mudah digunakan dan dipahami. Ketika individu berasumsi bahwa mudah memahami teknologi, maka berarti bahwa teknologi juga lebih mudah digunakan,
- 3) Dengan menggunakan pembayaran melalui DANA tidak membutuhkan waktu lama dalam proses transaksi pembayaran.

Transaksi menjadi mudah dan efisien.

4. Keputusan Pembayaran Online Menggunakan E-Wallet Dana

a. Pengertian keputusan pembayaran

Menurut Ralph C. Davis, keputusan merupakan hasil dari pengambilan keputusan yang tepat dalam menyelesaikan masalah. Sementara menurut Prof. Dr. Prajudi mengatakan bahwa keputusan adalah hasil pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah dengan memilih jawaban alternatif untuk cara menyelesaikannya²⁰

Pengambilan keputusan merupakan hasil suatu proses pemilihan pilihan yang terbaik di antara jawaban-jawaban yang tersedia dan memerlukan usaha untuk melakukan pertimbangan-pertimbangan serta kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk memperoleh atau memutuskan pilihan tersebut.²¹

Dari pengertian keputusan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan penggunaan adalah hasil dari upaya pemecahan masalah dengan memilih pilihan yang terdiri dari beberapa alternatif yang tersedia. Keputusan penggunaan *e-wallet* merupakan suatu tindakan yang muncul dari ide penggunaan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

b. Indikator keputusan penggunaan

Menurut George R. Terry, pengambilan keputusan diartikan sebagai proses pemilihan di antara alternative-alternatif yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu. Sedangkan menurut S.P. Siagian,

²⁰ Davis, K., & Newstrom. (2016). Perilaku Dalam Organisasi, Edisi ketujuh (Edisi Ketu). Penerbit Erlangga.

²¹ Diana. (2018). Metode dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan. Deepublish

pengambilan keputusan sebagai suatu pendekatan sistematis untuk mengambil alternative keputusan dan mengambil tindakan yang paling tepat.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan hasil dari suatu proses pemilihan alternatif jawaban yang ada atas dasar kriteria yang telah ditentukan untuk diteruskan sebagai penyelesaian suatu permasalahan.

Menurut Kotler dan Keller, secara umum terdapat 5 langkah-langkah proses pengambilan keputusan, antara lain:

1) Pengenalan Masalah

Proses pengenalan masalah diawali dengan kesadaran pembeli terdapatnya suatu masalah atau keperluan untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal. Para pemasar harus mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan memanfaatkan peluang pasar.

2) Pencarian Informasi

Konsumen mungkin ingin mendapatkan lebih banyak informasi jika mereka perlu memenuhi kebutuhannya. Dengan informasi yang telah mereka peroleh, konsumen akan lebih mudah memilih produk bersaing dengan fitur yang mereka butuhkan. Untuk menciptakan daya tarik bersaing yang efektif, perusahaan harus mengidentifikasi produk lain dalam perangkat pilihan konsumen.

3) Evaluasi Alternatif

Konsep dasar akan membantu dalam memahami proses peninjauan konsumen. Pertama, kebutuhan konsumen harus terpenuhi. Kedua, konsumen mengharapkan manfaat dari suatu produk. Ketiga, konsumen mengevaluasi setiap produk dari segi manfaatnya dalam memenuhi kebutuhannya.

4) Keputusan Pengguna

Dalam proses evaluasi, konsumen mengelompokkan produk-produk yang terdapat pada serangkaian pilihan. Konsumen lebih tertarik pada produk yang menjadi favoritnya. Dalam beberapa kasus, konsumen dapat memilih untuk tidak meninjau setiap produk secara formal karena keadaan yang tidak terduga dapat memengaruhi keputusan akhir.

5) Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembayaran

Menurut Davis pada Teori TAM (Technology Acceptance Model) menjelaskan pengaruh keamanan sebuah aplikasi merupakan sebuah keharusan, keamanan dapat berdampak langsung pada perceived usefulness (persepsi kegunaan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan), yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan aplikasi. Apabila sebuah aplikasi dianggap aman, pengguna cenderung melihatnya sebagai alat yang lebih bermanfaat. Keamanan dapat meningkatkan keyakinan bahwa aplikasi tersebut mampu mendukung kebutuhan pengguna

tanpa risiko, seperti kebocoran data pribadi atau ancaman lainnya. Pengguna yang merasa yakin akan tingkat keamanan suatu aplikasi cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga keamanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi sebuah keputusan penggunaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Nuruk Hasanah pada penelitiannya menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet.

6) Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembayaran

Menurut Davis dalam Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi penerimaan dan keputusan pengguna untuk menggunakan teknologi atau aplikasi. Kemudahan penggunaan memengaruhi persepsi kegunaan. Jika suatu teknologi atau aplikasi mudah digunakan, pengguna cenderung menganggapnya lebih bermanfaat karena mereka dapat mencapai tujuan mereka tanpa hambatan. Kemudahan penggunaan secara langsung meningkatkan niat untuk menggunakan aplikasi. Pengguna akan lebih mungkin menggunakan aplikasi yang tidak membebani mereka dengan kompleksitas. Dalam jangka panjang, kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi niat tetapi juga keputusan aktual untuk menggunakan aplikasi. Pengguna cenderung tetap

menggunakan aplikasi yang mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian Nafiah Qosimah Qurrotu'Aini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembayaran online.

7) Pengaruh Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembayaran

Menurut Davis dalam Teori Technology Acceptance Model (TAM), keamanan dan kemudahan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Keamanan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), di mana aplikasi atau platform yang aman dianggap mampu melindungi data pribadi dan meminimalkan risiko penipuan. Keamanan juga memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut dalam transaksi, karena mereka merasa lebih nyaman dan yakin bahwa platform tersebut dapat diandalkan. Di sisi lain, kemudahan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), di mana proses pembelian yang sederhana, antarmuka yang intuitif, dan metode pembayaran yang praktis membuat konsumen lebih nyaman dan tidak terbebani. Hal ini menghasilkan sikap positif terhadap platform, yang mendorong niat dan keputusan pembelian. Kombinasi antara keamanan yang kuat dan kemudahan yang optimal menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan, sehingga konsumen merasa terlindungi sekaligus nyaman saat

bertransaksi, meningkatkan peluang terjadinya pembelian dan kepuasan pelanggan.²² Hal ini sesuai dengan penelitian Muhammad Fadhian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh keamanan dan kemudahan terhadap keputusan pembayaran online.

²² Davis, K., & Newstrom. (2016). *Perilaku Dalam Organisasi*, Edisi ketujuh (Edisi Ketu). Penerbit Erlangga.