

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Azjen dan Fishbein pada tahun 1980 yang mana teori ini merupakan bagian dari Theory of Reasoned Action (TRA). Pada tahun 1989, Davis memberikan versi terbaru dengan memperluas dari model tersebut, yang hingga sekarang banyak digunakan oleh peneliti untuk dijadikan dasar penelitian dalam bidang penerimaan teknologi.

Toeri TAM merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat dapat menerima dan menggunakan teknologi tersebut dengan keprilakuannya, sehingga pada teori model TAM ini terbagi dalam persepsi kemudahan dan juga persepsi kegunaan, juga dapat digunakan dalam memprediksi minat masyarakat dalam menggunakan teknologi tersebut.¹

Dengan model teori ini dapat menganalisis bagaimana masyarakat dalam menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam segi kebermanfaatan dan kegunaannya. TAM mempunyai lima variabel penting yang ada pada model ini dan merupakan cara untuk menganalisis secara psikologi agar dapat di terima masyarakat dalam menggunakan teknologi baru, sebagai berikut :²

- a. *Perceived Usefulness* (Persepsi manfaat), apabila pengguna telah yakin dengan kinerja pada suatu teknologi
- b. *Perceived Ease Of Use* (Persepsi kemudahan), tingkat kepercayaan dari pengguna bahwa tidak perlu melakukan usaha yang lebih dalam menjalankan sebuah teknologi, sehingga tercipta kemudahan dalam mengoperasikannya.
- c. *Attitude Toward Using* (Minat atau Sikap penggunaan), perspektif seseorang dalam menanggapi sebuah ide atau objek pada suatu teknologi yang baru.

¹ Uswatun Hasanah, dkk “Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang : Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Pada Layanan Syariah Link Aja” *Jurnal Intelektualita:Keislaman, Sosial, dan Sains* 10, No 1 (2021)

² Hadi Nugroho, Usep Suhud, dan Rochyati, “Penerapan Pengembangan Teori Thechnologi Acceptance Model (TAM) dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa di Jakarta Untuk Menggunakan Tablet” *Journal Of Communication Studies* 5, No 1 (2015)

- d. *Intention To Use* (Intensi Menggunakan), merupakan suatu ukuran atau intensitas seseorang dalam menggunakan teknologi dimasa depan.
- e. *Actual Use* (Penggunaan Aktual), penggunaan yang diukur sesuai dengan durasi waktu yang kemudian akan memberikan rasa kepuasan pengguna.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Davis (1989), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi yaitu :³

- a. *Perceived Usefulness*, merupakan suatu keyakinan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja sehingga dapat meminimalisir waktu dan tenaga agar dapat terstruktur dengan tepat, seperti pada intensitas atau jumlah masyarakat yang menggunakan *e-wallet* juga dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness*.
- b. *Perceived Ease Of Use*, merupakan keyakinan atau kepercayaan yang dirasakan oleh masyarakat dalam menjalankan sebuah sistem teknologi dengan mudah, sehingga semakin tinggi kemudahan yang pengguna rasakan maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut.
- c. *Perceived Risk*, merupakan rasa atau persepsi yang berkaitan dengan resiko pengguna dalam menggunakan *e-wallet*
- d. *Perceived Trust*, yaitu suatu kepercayaan yang dibentuk setiap orang dalam menjalankan sebuah teknologi baru.

Maka dari penjelasan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa Teori TAM dapat digunakan untuk menganalisa apakah teknologi baru dapat diterima masyarakat dengan baik yang dapat dilihat dari sikap, pandangan seseorang, minat menggunakan dan intensitas penggunaan teknologi serta pengetahuannya tentang suatu teknologi tersebut, sehingga teori ini sangat relevan dengan judul penelitian yang akan penulis teliti yaitu berhubungan dengan persepsi keamanan, persepsi kemudahan dan minat untuk menggunakan teknologi yaitu *e-wallet* syariah

2. Teori Motivasi

Motivasi merupakan suatu hal yang mendorong seseorang untuk berusaha melakukan sesuatu demi memenuhi kebutuhannya, munculnya dorongan dalam diri seseorang yang bisa dianggap sebagai motivasi ini biasanya muncul dari sebuah bentuk penghargaan sehingga mendorong seseorang untuk berusaha

³ Fred D Davis, Richard P, dkk. "User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two Theoretical Models" *Management Science* 35, No 8 (1989)

melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang menjadi tujuannya. Adapun menurut Abraham Maslow mengenai faktor motivasi yang sudah dikategorikan menjadi lima kelompok adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Hirarki Kebutuhan Maslow



Penjelasan dari kelima kategori hirarki yang menjadi kebutuhan faktor munculnya motivasi pada diri seseorang adalah :⁴

- a. Kebutuhan aktualisasi diri, ini merupakan tingkatan tertinggi dari kebutuhan untuk terciptanya dorongan pada diri seseorang yang mana apabila dirasa kebutuhan dibawahnya telah terpuaskan maka akan ada hasrat bagi seseorang untuk mengaktualisasikan dirinya dan menjadi seseorang yang sesuai dengan apa yang dia harapkan.
- b. Penghargaan, jika seseorang telah memiliki keinginan yang kuat untuk memperlihatkan potensi, rasa percaya diri maka selanjutnya yang seseorang butuhkan adalah sebuah penghargaan atas apa yang telah diraihny yang kemudian akan semakin menumbuhkan semangat dan rasa percaya diri serta rasa berguna yang akan meningkat.
- c. Kebutuhan Rasa Kasih Sayang, tingkatan hirarki yang ketiga ini dapat mendorong seseorang untuk melakukan hubungan dengan yang lainnya, sehingga timbul rasa emosional. Kebutuhan akan rasa cinta ini mencakup keinginan untuk dicintai dan mencintai

⁴ Wikan Budi Utami, "Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Dosen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aas" *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no 2 (2017) 125-38

- karena tanpa cinta terkadang seseorang akan dikuasai oleh perasaan benci, hampa dan juga merasa tidak berharga.
- d. Kebutuhan Rasa Aman, dari kebutuhan rasa aman ini membuat seseorang untuk memiliki rasa aman, nyaman dan juga ketentraman sehingga orang tersebut yakin dan dapat mendorong adanya motivasi tersebut.
 - e. Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti sandang, pangan, dan papan, bahkan kebutuhan untuk beristirahat pula. Maka kebutuhan fisiologis ini juga merupakan kebutuhan mendasar dan memberikan pengaruh yang kuat dari munculnya dorongan seseorang untuk melakukan sebuah usaha.

Menurut Mashlow munculnya motivasi manusia karena berfaktor pada kebutuhan dasar yang bersifat sama untuk seluruh manusia, tidak berubah dan juga bersumber dari naluri manusia itu sendiri. Pada teori mashlow ini juga berprinsip bahwa membawa manusia akan kesadaran yang dimiliki sehingga dapat berpotensi lebih baik dan menjadi manusi yang utuh (jiwa, raga yang baik dan mempunyai potensi untuk dapat mengaktualisasikan diri). Kemudian pada tahun 1970an Mashlow menambahkan dua lagi pada teori hirarki kebutuhan tersebut yaitu Hasrat ingin tahu dan memahami, dan kebutuhan estetik, makna dari tambahan kedua teori kebutuhan itu menyatakan bahwa manusia harus terus berkembang seiring berjalannya waktu.⁵

Teori motivasi ini dapat dikaitkan dengan judul yang akan diteliti yang dijelaskan bahwa apabila seseorang memiliki pengetahuan layanan *e-wallet* syariah dan termotivasi untuk mengelola keuangannya yang kemudian ikut menggunakan layanan tersebut dan telah merasakan kenyamanan, keamanan serta kemudahan atau kepuasan dalam penggunaannya, maka akan muncul aktualisasi yaitu berupa penggunaan yang terus berkelanjutan dan akan merekomendasikan layanan tersebut kepada masyarakat lainnya. Hirarki Kebutuhan maslow tersebut menunjukkan bahwa perkembangan hidup manusia hidup tidak hanya berfokus pada satu kebutuhan saja, namun harus memenuhi kebutuhan lainnya dan juga membutuhkan Kerjasama atau relasi yang luas dengan sesame untuk memenuhi kebutuhan rasa cinta, aman dan sampai pada penghargaan diri sehingga aktualisasi dapat tercapai apabila kebutuhan pokoknya lebih membaik.

⁵ Siti Muazaroh, Subaidi. Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow *Al-Mazahib*, Vol 7, No 1, (2019) 26-29

Sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi sangat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* syariah, motivasi ini dapat berupa kebutuhan secara finansial dan fisiologi, serta perasaan yang diinginkan seperti kenyamanan, aman dan mudah dalam menggunakannya *e-wallet*, yang memiliki tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan agar lebih baik dan dapat berkembang sesuai zamannya. Dengan adanya motivasi seseorang akan mencoba dan melakukan usaha untuk dapat mencapai keinginannya.

3. Literasi Keuangan Syariah

a. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah memberikan pengaruh penting bagi pengetahuan seseorang sehingga seseorang dapat memiliki keputusan yang tepat untuk memilih dan memanfaatkan produk serta layanan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam yaitu yang tidak mengandung unsur riba, gharar dan maisir, sebagaimana telah dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar)..” (Q.S An-Nisa: 29)

Dan pada Q.S Al-Baqarah ayat 275 bahwa Allah mengharamkan riba:

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya:

“...Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S Al-Baqarah: 275)

Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) literasi keuangan merupakan suatu kegiatan atau tahap seseorang dalam meningkatkan pengetahuan, keyakinan dan keterampilannya sehingga mampu mengelola kebutuhan pribadinya dengan baik.⁶

⁶ Otoritas Jasa Keuangan “Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30/SEOJK.07/2017”, Accessed 11 Desember 2023, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk>

Pengetahuan mengacu pada ingatan tentang produk tersebut. Pengetahuan masyarakat atau konsumen tentang suatu produk yang mereka inginkan dapat mempengaruhi kepuasan karena suatu pengetahuan dapat membuat produk menjadi realistis.⁷

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan mengaplikasikannya dengan bijak, mengetahui segala risiko pada penggunaan *e-wallet*.

b. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator yang pada literasi keuangan berdasarkan otoritas jasa keuangan adalah :

- 1) Pengetahuan (*Knowledge*), sebagai langkah untuk mengenal manfaat, risiko, serta fitur yang ada pada produk – produk serta layanan dalam industri keuangan yang mereka butuhkan.
- 2) Keterampilan (*Skill*), yang dimaksud dalam hal ini adalah keterampilan dalam mengatur keuangan, jika pengetahuan yang dimiliki semakin baik maka dalam mengelola keuangannya pun akan baik.
- 3) Keyakinan (*Confidence*), dalam menggunakan layanan dan juga produk pada jasa keuangan diperlukan keyakinan atau rasa percaya terhadap produk dan industri keuangan yang digunakan.
- 4) Sikap dan perilaku, agar hidup lebih sejahtera seseorang perlu diseimbangkan dengan sikap dan perilaku yang bijak dalam merencanakan, mengelola dan juga memakai keuangannya.⁸

4. Persepsi Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian persepsi kemudahan

Kemudahan merupakan kebebasan seseorang dalam menggunakan uang elektronik, apabila semakin mudah seseorang dalam memahami teknologi tersebut maka akan semakin sering menggunakannya. Persepsi kemudahan

⁷ Fajar Sodik, dkk, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 4 No. 2 (2022)

⁸ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017), 2017, [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)aspx), 27-34

merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap suatu teknologi yang dapat dengan mudah memahaminya.

Jika diaplikasikan dalam menggunakan *e-wallet* syariah, pengguna akan merasa mudah dalam menggunakannya tanpa melakukan upaya yang lebih. Meskipun setiap orang memiliki persepsi berbeda beda terhadap tingkat kemudahan, namun ada baiknya jika teknologi dapat dikembangkan secara mudah agar terbebas dari kesulitan dan tidak memberatkan pengguna. dengan memberikan kemudahan pelayanan maka akan menarik minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi atau produk tersebut.

b. Indikator Kemudahan

Menurut Davis (1989) indicator dalam persepsi kemudahan adalah sebagai berikut :

- 1) *Ease to Learn* (kemudahan untuk dipelajari pengguna), pengoperasiannya mudah dipelajari oleh pengguna
- 2) *Ease to Use* (Kemudahan untuk digunakan), system yang mudah digunakan oleh pengguna
- 3) *Clear and Understandable* (mudah dimengerti pengguna), system informasi yang mudah dimengerti dan jelas bagi pengguna
- 4) *Ease to Become Skillfull* (kemudahan menjadi terampil), setelah menggunakan teknologi tersebut pengguna dapat menjadi lebih terampil atau mahir dalam mengelola keuangan pribadi
- 5) *Controllable* (mudah dikontrol), pengguna dapat mengontrol sistem informasi sesuai dengan apa yang diinginkan
- 6) *Flexible* (fleksibel), pengguna dapat secara fleksibel dalam menggunakan teknologi tersebut sebagai alat transaksi

5. Persepsi Keamanan Penggunaan

a. Pengertian Persepsi Keamanan

Keamanan merupakan hal yang cukup riskan jika dikaitkan dengan keuangan, dalam uang elektronik harus menjaga keamanan data dari para pengguna. persepsi sendiri merupakan rasa atau sikap yang diperlihatkan oleh masyarakat, sehingga apabila suatu teknologi dapat dikatakan aman maka akan memenuhi minat dan kepuasan para nasabah. jadi persepsi keamanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat para pengguna. Risiko keamanan yang rentan terjadi pada uang elektronik dapat berupa pencurian data-

data pengguna yang kemudian dapat disalah gunakan atau dirubah datanya, duplikat dari kartu asli, dan lain sebagainya.⁹

b. Indikator Keamanan

Menurut Damghanian Persepsi keamanan ini dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut :

- 1) *Credit*, dapat menunjukkan ketepatan waktu pelayanan
- 2) *Reliability*, keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan dalam menyimpan uang
- 3) *Privacy*, merasa aman, percaya dan tidak khawatir dalam memberikan informasi.¹⁰

6. Minat Penggunaan

a. Pengertian Minat

Minat adalah rasa ketertarikan, rasa ingin mencoba, dan rasa ingin menggunakan seseorang terhadap suatu produk. Minat terjadi apabila konsumen termotivasi untuk membeli nya.¹¹ minat merupakan sifat dari seseorang yang mengarah pada kepemilikan sesuatu, minat dapat berasal dari dalam diri seseorang yang kemudian merasa tertarik pada sesuatu yang dirasa bermanfaat bagi kebutuhannya, sehingga minat adalah suatu dorongan untuk seseorang melakukan sesuatu yang dianggapnya menarik.¹²

Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan, daya tarik atau dorongan dari dalam diri seseorang yang kemudian ia merasa tertarik dan memberikan keputusan untuk menggunakannya.

b. Indikator Minat Penggunaan

Minat dalam menggunakan *e-wallet* syariah ini terdapat beberapa indikator yaitu :

⁹ Mia Andika Sari, Dkk, “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay dan LinkAja Pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 18, No 2 (2019) 126-134

¹⁰ Damghanian, Hussein, Zarei, dkk, “Impact Of Perceived Security On Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran” *Journal of Internet Commerce* 15, Issue 3 (2016) 214-238

¹¹ Nulufi, K. M. “Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan.” *Management Analysis Journal* 4, No.2 (2015) 129–141

¹² Riyan Pradesyah, “Pengaruh promosi dan pengetahuan terhadap minat masyarakat melakukan transaksi si Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Rahunning), *AlSharf : Jurnal Ekonomi Islam* 1, No 2 (2020)

- 1) Keinginan untuk menggunakan, keinginan ini merupakan dorongan dari dalam diri yang kemudian diwujudkan secara nyata.
- 2) Kepuasan, rasa senang ketika tercapainya sesuatu yang diinginkan dan biasanya akan dilakukan secara terus menerus
- 3) keputusan untuk menggunakan secara berkelanjutan, apabila pengguna merasa puas dan yakin atas produk maupun layanan maka akan menarik pengguna untuk menggunakannya secara terus menerus
- 4) Merekomendasikan, jika pengguna telah merasakan kepuasan dan juga manfaat yang baik dari sebuah produk maupun layanan maka mereka akan merekomendasikan atau mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau layanan yang digunakan.¹³

7. *E-wallet* Syariah

Teknologi yang semakin berkembang begitu pula dengan kebutuhan yang dimiliki manusia, seiring perkembangan zaman masyarakat menciptakan sumber daya manusia yang semakin berkualitas. dengan adanya teknologi digital banyak membantu masyarakat dalam meningkatkan kebutuhannya termasuk dalam perekonomian, selain itu bertransaksi kini juga terasa lebih mudah dan efisien karena sudah terciptanya *e-wallet*. *e-wallet* ini digunakan sebagai tempat penyimpanan uang secara digital dan dapat diambil sewaktu waktu ketika membutuhkan. *e-wallet* yang ada di Indonesia sekarang ini adalah OVO, Gopay, Dana, Shopeepay, LinkAja dan lain-lain.

E-wallet semakin berkembang yang kemudian tercipta *e-wallet* syariah. Karena banyaknya masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam melihat peluang tersebut PT Fintek Karya Nusantara mengeluarkan inovasi yaitu *e-wallet* dengan berbasis syariah. *e-wallet* pertama dan satu – satunya yang menggunakan basis syariah di Indonesia inin adalah *E-wallet* LinkAja Syariah yang telah terdaftar dan mendapatkan sertifikasi DSN MUI dengan dikeluarkannya fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah yang telah diawasi oleh Bank Indonesia. berikut ini yang membedakan *e-wallet* syariah dengan *e-wallet* konvensional :

¹³ Fred D Davis, Richard P. Bagozzi dan Paul R. Warshaw, “User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models”, *Management Science* 35, No 8 (1989)

Tabel 2.1 Perbedaan E-Wallet Syariah Dengan E-wallet Konvensional

Perbedaan	E-wallet Syariah	E-wallet Konvensional
Penyimpanan Dana	Bank Syariah	Bank Konvensional
Metode Transaksi	Sesuai dengan prinsip syariah	Sesuai dengan perkembangan transaksi yang ada saat ini.
Target Penggunaan	Nasabah dengan mayoritas muslim	Nasabah multicultural
Mekanisme diskon	Pemberi diskon yang dari pihak marchant	Pemberi diskon dari pihak marchant maupun pihak e-wallet konven yang memberikan diskon

Produk yang ada dalam e-wallet syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip atau akad syariah yaitu yang tidak mengandung unsur maisir (judi), Gharar (tidak pasti), riba dan barang yang haram yaitu produk ZISWAF (Zakat, Infak, Shodakoh, dan Wakaf) dan iuran sekolah dan pondok pesantren.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan uraian dan penelitian yang berkaitan dengan minat menggunakan e-wallet syariah maka penulis menarik beberapa peneltian terdahulu yang relevan yaitu :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Veronica Ong dan Nuryasman MN (2022) “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja”	Variabel X: persepsi kemudahan	Variabel X: Persepsi Risiko, Literasi Keuangan Variabel Y: Minat penggunaan LinkAja	Terdapat pengaruh yang positif padavariabel persepsi risiko dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan, Dan berpengaruh

No	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
			Olah data : SmartPLS Versi 3.2.9	negative pada variabel persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan
2	Maulida Swara Mahardika, Achmad Fauzi, dan Mardi (2021) “Pengaruh Kemudahan penggunaan, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah”	Variabel X: kemudahan penggunaan, keamanan Variabel Y: minat penggunaan LinkAja Syariah	Variabel X: Persepsi Risiko Objek penelitian : SMK PB Soedirman 2	Penelitian ini menghasilkan pengaruh positif signifikan antara kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah
3	Mia Andika Sari, Rodiana, Novitasari dan Rahmanita (2023) “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> ” (studi kasus produk Gopay dan LinkAja pada Masyarakat pengguna di Wilayah Jabodetabek)	Variabel X: persepsi kemudahan, persepsi keamanan	Variabel X: Daya Tarik promosi, Persepsi manfaat, Variabel Y : pengguna <i>E-wallet</i> Gopay dan LinkAja Objek penelitian : wilayah jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)	Penelitian ini menghasilkan pengaruh yang positif signifikan pada variabel daya Tarik promosi, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> Gopay dan LinkAja.

No	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
4	Aditya Nur Marhaendra dan Heri Mahyuzar (2023) “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna <i>E-wallet</i> Dana Di Kebumen”	Variabel X: persepsi kemudahan, persepsi keamanan	Variable Y : kepuasan pengguna <i>E-wallet</i> Dana Objek penelitian : wilayah Kebumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna <i>e-wallet</i> Dana di Kebumen.
5	Marlianan Sri Rizki “Analisis Minat Pengguna Aplikasi <i>E-wallet</i> LinkAja Syariah dengan menggunakan Metode <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Variabel X: <i>Perceived Ease Of Use</i> (Persepsi Kemudahan penggunaan) Variabel Y : minat penggunaan <i>E-wallet</i> LinkAja Syariah	Variabel X: <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi kemanfaatan) Objek Penelitian : wilayah Kabupaten Karanganyar	Penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan pada variabel persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> LinkAja Syariah di Kab. Karanganyar

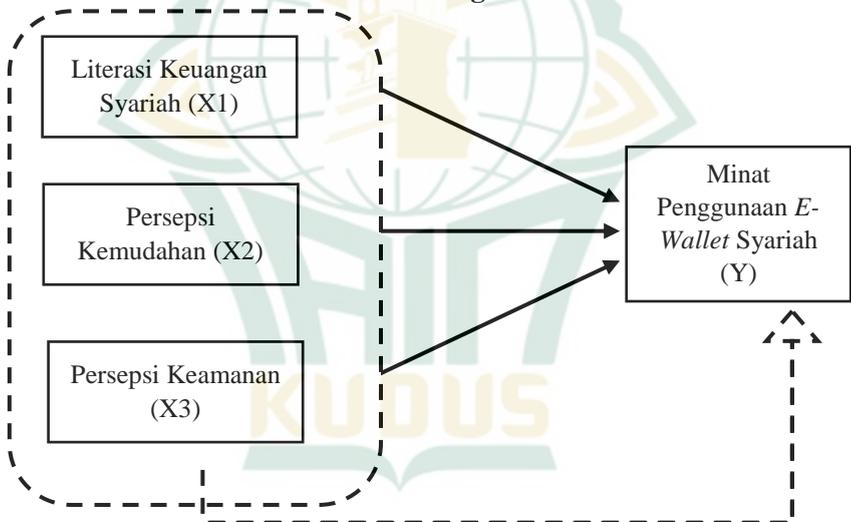
C. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran ini merupakan suatu teori yang menganalisis atau mengidentifikasi beberapa faktor sebagai masalah yang penting, maka dengan kerangka berfikir ini memiliki tujuan untuk memberikan arahan berfikir melalui pemaparan secara teoritis yang kemudian diikuti pemaparan yang berdasarkan fakta yang ada,

dengan menjelaskan hubungan antar variabel independen (bebas) (X) dan variabel dependen (terikat) (Y).¹⁴

Minat merupakan suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan atau menggunakan sesuatu yang dianggapnya menarik. Terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi minat pengguna *e-wallet* yaitu literasi keuangan syariah yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang risiko, manfaat dan lain sebagainya dalam penggunaan *e-wallet* syariah. persepsi kemudahan juga menjadi faktor minat menggunakan *e-wallet* karena semakin mudah seseorang dalam mengoperasikan teknologi atau aplikasi maka akan semakin menarik pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut. selain itu persepsi keamanan banyak dipilih oleh masyarakat dengan rasa percaya dan yakin atas suatu teknologi yang digunakan, mampu menyimpan dan melindungi data-data penting pada pengguna. sehingga kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



Keterangan :

Uji Parsial : _____

Uji Simultan : - - - - -

Berdasarkan pada gambar kerangka berfikir diatas menjelaskan bahwa variabel bebas (independen) yaitu pada variabel Literasi Keuangan syariah(X1), Persepsi Kemudahan(X2) dan Persepsi

¹⁴ Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)”, (Bandung : Alfabeta, 2017) 91

Keamanan(X3). Sedangkan variabel terikat (dependen) terletak pada variabel Minat Penggunaan *E-wallet* Syariah (Y), yang kemudian penelitian ini akan ditujukan untuk kalangan Generasi Z.

D. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara dari suatu masalah penelitian yang telah dibuat. disebut dengan jawaban sementara karena pada jawabannya hanya baru berdasarkan teori – teori yang relevan belum didasarkan pada fakta – fakta yang sesuai dengan data, sehingga hipotesis dijabarkan dengan jawaban teoritis atas masalah yang belum dijawab secara empiris.¹⁵ hipotesis digunakan sebagai dasar dari akhir penelitian yang berupa kesimpulan penelitian.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* Syariah Pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

Literasi keuangan syariah sangat berpengaruh pada tingkat pengetahuan masyarakat tentang *e-wallet* syariah. Rendahnya minat membaca pada generasi Z masa kini memberikan pengaruh terhadap pengetahuan yang dimiliki, namun semakin berkembangnya teknologi dan semakin cepatnya berita tersebar maka hal tersebut juga tentunya mendorong generasi Z untuk ikut berkembang secara pengetahuan dan kemampuannya melalui media massa seperti internet, berita di televisi maupun di media sosial.

Penjelasan tersebut relevan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Veronica Ong dan Nuryasman MN yang berjudul Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan LinkAja, menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh antara variabel Literasi keuangan syariah terhadap minat penggunaan *e-wallet* syariah pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Syariah Pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sesuatu.

¹⁵ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*”, (Bandung : Alfabeta, 2017)

Kemudahan dalam mengoperasikan sebuah teknologi ataupun kemudahan dalam memahami suatu informasi yang disampaikan membuat seseorang menjadi lebih nyaman ketika menggunakannya. Masyarakat beranggapan bahwa semakin mudah dan praktis dalam menggunakan sesuatu maka akan semakin sering mereka gunakan.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Maulida Swara Mahardika, Achmad Fauzi, dan Mardi yang berjudul Pengaruh Kemudahan penggunaan, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah, hasil penelitiannya ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan LinkAja Syariah. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₂: Terdapat pengaruh antara variabel persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* syariah minat penggunaan *e-wallet* syariah pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

3. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Syariah Pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

Persepsi Keamanan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu teknologi, dengan banyaknya penyalahgunaan media sosial dan peretasan akun-akun seperti *e-wallet* dan *e-commers* yang dapat membahayakan privasi penggunanya sehingga memiliki resiko yang tinggi apabila tingkat keamanannya masih rendah, maka dari itu perlu adanya pembuktian akan tingkat keamanan suatu teknologi dengan memberikan jaminan keamanan agar masyarakat dapat memunculkan rasa aman dan nyaman ketika melakukan sebuah transaksi.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mia Andika Sari, Rodiana, Novitasari dan Rahmanita yang berjudul Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* (Studi Kasus Produk Gopay dan LinkAja Pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek), yang hasil penelitiannya menjelaskan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-wallet*. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₃: Terdapat pengaruh antara variabel persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *e-wallet* syariah minat

penggunaan *e-wallet* syariah pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Syariah Pada Generasi Z di Kabupaten Kudus

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan dapat nyatakan menjadi faktor yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi, sehingga pada riset yang peneliti lakukan ini membuat dugaan sementara atau hipotesis untuk menguatkan penelitian terdahulu jika diuji secara bersama sama apakah literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan yang memiliki pengaruh terhadap *e-wallet* syariah pada generasi Z di Kabupaten Kudus atau tidak. Berikut ini hipotesis yang digunakan:

H4: Secara bersama – sama terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *e-wallet* syariah pada generasi Z di Kabupaten Kudus

