

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Digital Payment*

1. Pengertian *Digital Payment*

Di era yang serba canggih seperti saat ini transaksi pembayaran secara digital tentunya bukanlah hal asing lagi. *Digital payment* atau sering disebut juga dengan pembayaran digital atau pembayaran elektronik adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara elektronik tersebut uang disimpan, di proses, dan diterima dalam bentuk informasi *digital* dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.¹

Digital payment merupakan sebuah inovasi transaksi pembayaran yang saat ini sedang marak digunakan. Perkembangan *digital payment* dimulai pada tahun 1887. Pada saat itu, *digital payment* hanya berupa gagasan transaksi dengan menggunakan kartu kredit. Hal ini dijelaskan dalam sebuah novel karya Looking Backward tepat pada tahun 1887.

¹Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan *Digital Payment* Pada Kalangan Milenial," *Jurnal Medium*, vol 7 No. 2 (2019) Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi LSPR, h. 58

Kemudian munculnya internet pada tahun 1969 yang diciptakan oleh Tim Berners-Lee berupa halaman internet atau situs untuk berbagi informasi menjadi gerbang pembuka semakin pesatnya perkembangan *digital payment*.¹

Pada tahun 1983 muncul kembali gagasan tentang uang elektronik yang diprakarsai oleh David Lee Chaum yang kemudian dia kembangkan gagasannya dalam sebuah makalah penelitiannya mengenai *digital cash*. Semakin lama gagasan mengenai *digital payment* semakin berkembang dan beragam. Tepatnya pada tahun 1994 *Stanford Federal Credit Union* mengeluarkan layanan *online banking* dan menjadi satu-satunya lembaga yang mengeluarkannya. Kemudian disusul pada tahun 1998 muncul sistem *mobile payment* dengan transaksi nirkabel yakni *Paypal* yang kemudian diikuti oleh beberapa *mobile payment* lainnya berupa *Apple Pay* dan *Alipay*. Kesuksesan *PayPal*, *Apple Pay* dan *Alipay* rupanya berdampak pada gagasan uang elektronik dan alat pembayaran transaksi secara digital yang lebih variatif diberbagai belahan dunia. Salah

¹Irfan Prapmayoga Saputra, "Analisis Efektivitas Penggunaan *Digital Payment* Pada Mahasiswa Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya," *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, 2019), h. 13

satunya Indonesia. Adapun beberapa aplikasi *digital payment* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *Go-pay*, *ShopeePay*, *OVO*, *Dana*, *Link Aja* dan berbagai *M-Banking* yang disediakan oleh bank-bank tertentu.²

2. Kelebihan dan Kekurangan *Digital Payment*

a. Kelebihan *Digital Payment*

Adapun beberapa kelebihan dari *digital payment* adalah sebagai berikut:³

1. Meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dalam melakukan transaksi pembayaran sebuah produk pada saat belanja *online* ataupun pada saat membayar tagihan lainnya.
2. Memberikan akses kemudahan pembayaran karena tersedianya berbagai *merchant* pendukung aplikasi *digital payment*.
3. Meningkatkan *customer loyalty* karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

²Irfan Pramayoga Saputra, *Analisis Efektivitas, ...*, h. 14

³Gede Widiastika, "Kekurangan Dan Kelebihan E-Payment," <https://infologys.blogspot.com>, diakses pada tanggal 3 Januari 2022 pukul 16.22 WIB.

4. Komisi cenderung rendah. Hal ini biasanya berkaitan dengan biaya admin yang dibebankan pada saat melakukan transaksi pembayaran. Dengan menggunakan aplikasi *digital payment* biaya operasional yang dibebankan biasanya hanya berkisar sebesar 1% dari jumlah total bahkan tidak dikenakan biaya sama sekali apabila dipergunakan untuk melakukan transfer kepada sesama pengguna.

b. Kekurangan *Digital Payment*

Digital payment juga memiliki beberapa kekurangan, yakni sebagai berikut:⁴

1. Kemungkinan bisa terkena serangan *hacker*. Hal ini berkaitan dengan semakin canggihnya perkembangan digital maka pola kejahatan pun semakin beragam jenisnya, salah satunya adalah kejahatan yang menyerang sistem digital. Jika aplikasi yang digunakan tidak menggunakan sistem keamanan yang baik maka risiko terjadinya peretasan data juga dapat terjadi. Oleh

⁴Feradhita NKD, "Kelebihan Dan Kekurangan Sistem E-Payment di E-Commerce," <http://www.logique.co.id>, diakses pada tanggal 3 Januari 2022 pukul 22.06 WIB

karena itu keamanan menjadi hal yang harus menjadi prioritas utama dari setiap aplikasi *digital payment*.

2. Kurangnya privasi data pengguna. Pada saat melakukan pendaftaran maka sistem aplikasi akan meminta pengguna untuk memenuhi persyaratan data yang dibutuhkan aplikasi mulai dari data identitas, izin untuk mengetahui semua informasi mengenai transaksi seperti siapa penerima, jumlah dana serta waktu pembayaran yang nantinya akan disimpan di *database*. Hal ini tentunya berakibat pada kurangnya privasi pada sistem *digital payment*.
3. Selalu membutuhkan akses internet. Pada saat pengguna melakukan transaksi, maka dibutuhkan koneksi internet untuk melakukan pembayaran *online*. Tanpa koneksi internet transaksi pembayaran *online* tidak bisa dilakukan oleh pengguna.
4. Seringnya terjadi *error* pada sistem aplikasi yang digunakan pada saat transaksi berlangsung.

3. *ShopeePay*

ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang disediakan oleh aplikasi belanja *Shopee* yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran *online* di aplikasi *Shopee* maupun di *Merchant ShopeePay*, dan menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan kembali untuk membayar pesanan lainnya. Peluncuran layanan *ShopeePay* resmi dilakukan di Indonesia tepatnya pada tanggal 9 September 2020 sekaligus dilakukannya gerakan kampanye berupa promosi Rp 1 untuk semua produk yang transaksi pembayarannya menggunakan fitur layanan *ShopeePay*.⁵

Layanan *ShopeePay* memberikan banyak sekali keuntungan bagi penggunanya mulai dari voucher *ShopeePay* berupa adanya *cashback* sebesar 30% yang digunakan pada saat melakukan transaksi pembayaran di *merchant* yang memang bekerjasama. Adanya voucher *cashback* setiap hari di aplikasi belanja *Shopee* bagi pengguna pada saat belanja. Adanya voucher gratis ongkir (ongkos kirim) yang tentunya menjadikan pengguna lebih hemat karena tidak perlu membayar ongkos

⁵Dinda Ayu Widiastuti, "*ShopeePay Resmi Dirilis Di Indonesia*," <http://www.tek.id.com>, diakses pada tanggal 3 Januari 2022 pukul 22.34 WIB.

pengiriman barang serta menjadikan transfer lebih mudah baik itu ke sesama pengguna layanan *ShopeePay* Atau pun Rekening Bank Lain.⁶

B. Kemudahan Akses

1. Pengertian Kemudahan Akses

Kemudahan Akses dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang mampu menggunakan layanan *online* tertentu tanpa mengalami hambatan yang berarti baik itu karena jaringan ataupun karena adanya masalah teknis lainnya. Davis mendefinisikan kemudahan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan sistem tertentu maka akan meningkatkan performa yang diharapkan dalam pekerjaannya. Karena sistem tinggi yang digunakan dianggap dapat berguna tentang adanya hubungan kinerja yang positif.⁷

Menurut Jogiyanto kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa pada saat menggunakan suatu sistem maka akan terbebas dari usaha karena mudah dipelajari, mudah

⁶Anonim, "*ShopeePay*," <http://shopeepay.co.id>, diakses pada tanggal 3 Januari 2022 pukul 22.44 WIB.

⁷Fred D, Davis, "*Perceived Usefulness, perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*," Pusat Penelitian Sistem Informasi Manajemen Universitas minnesota, <http://www.jstore.org>, diakses pada tanggal 4 Desember 2022 pukul 15.33 WIB

dipahami dan mudah pengoperasiannya sehingga lebih praktis dan efisien apabila digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berkaitan dengan praktisnya transaksi dengan menggunakan *digital payment*. Karena transaksi menggunakan *digital payment* bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.⁸

Pada dasarnya kemudahan akses dalam suatu aplikasi memang diharapkan memberikan indikasi bahwa sistem tersebut dirancang adalah untuk memudahkan penggunaannya tanpa memberikan kesulitan yang berarti. Fahmi Nasution berpendapat bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga sudah menunjukkan adanya indikasi kemudahan.⁹

Venkatesh dan Morris mengemukakan bahwa persepsi kemudahan terbukti memiliki pengaruh pada minat melalui dua bagian, yaitu efek secara langsung dan juga efek secara tidak langsung. Pada bagian pengaruh atau efek secara langsung menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan bisa menjadi reaksi potensial untuk meningkatkan kemungkinan penerimaan

⁸Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), h. 115.

⁹Fahmi Natigor Nasution, "*Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavior Aspect)*," (Sumatera Utara: USU Digital Library, 2004), h. 5.

penggunaan. Sedangkan pengaruh atau efek secara tidak langsung menjelaskan bahwa semakin mudahnya suatu teknologi digunakan, maka tingkat kebermanfaatan teknologi tersebut semakin tinggi dirasakan oleh penggunanya.¹⁰

Menurut Venkatesh dan Davis kemudahan memiliki beberapa aspek yakni sebagai berikut:¹¹

- a. Interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*).
- b. Tidak membutuhkan banyak biaya, tenaga dan usaha yang berarti untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan kapan saja dan dimana saja (*easy to use*)
- d. Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan penggunanya (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

¹⁰Venkatesh, V., dan Michael G. Morris, "Why Don't Men Ever Stop to Ask for Direction? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior," *MIS Quarterly*, Vol. 24 NO 1 Tahun 2000, h. 118.

¹¹Venkatesh, V., and Davis, FD, "A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*," Vol. 46 No 2 Tahun 2000, h. 201.

Dari beberapa pemaparan yang telah diuraikan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kemudahan akses dalam menggunakan teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang pada saat menggunakan teknologi maka akan terbebas dari usaha yang menyulitkan dirinya karena mudah dipahami, digunakan dan dioperasikan dimana saja dan kapan saja.

2. Indikator Kemudahan Akses

Berdasarkan pada teori Venkatesh dan Davish yang didukung oleh Jogiyanto, maka indikator dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Mudah dipahami atau dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Mudah untuk dikelola atau dikendalikan (*controllable*)
- 3) Dapat digunakan kapan saja dan dimana saja (*flexible*)

Adanya aspek kemudahan akses ini mampu membuat para pengguna aplikasi *digital payment ShopeePay* lebih mudah untuk melakukan transaksi pembayaran karena bisa digunakan kapan saja dan dimana saja. selain itu fiturnya yang simpel dan sederhana juga lebih mudah dimengerti dan dioperasikan sesuai keinginan penggunanya. Belum lagi banyaknya promo dan

minimnya biaya juga menjadi pemicu yang kuat mengapa transaksi dengan menggunakan aplikasi *ShopeePay* menjadi tren dikalangan masyarakat Indonesia khususnya kalangan anak muda saat ini.

C. Keamanan

1. Pengertian Keamanan

Keamanan merupakan salah satu fitur yang wajib tersedia dalam setiap *website*, aplikasi *e-commerce* ataupun aplikasi *digital payment*. Menurut Hua mengutip dari skripsi Muhammad Irham Farohi mengemukakan bahwa keamanan adalah sesuatu yang mengacu pada kemampuan untuk melindungi dari bahaya ataupun ancaman yang bersifat potensial. Bila dikaitkan dengan layanan yang bersifat *online* baik itu *website* maupun aplikasi maka keamanan merupakan fitur wajib yang harus dimiliki oleh keduanya.¹²

Mengutip Saputri dalam Jurnal Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani menyatakan bahwa keamanan dalam bertransaksi adalah kemampuan *server* untuk

¹²Muhammad Irham Farohi, "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Social Networking Site* (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada.co.id Di Kota Semarang)," *Skripsi*, (Universitas Negeri Semarang, 2017), h. 32.

mampu melindungi sebuah data agar tidak terjadi kebocoran dan mampu mendeteksi adanya sebuah penipuan ataupun hal yang nantinya mengancam dalam sebuah *server* yang berbasis teknologi.¹³

Menurut Budi Rahardjo keamanan informasi adalah bagaimana sistem dapat mencegah terjadinya penipuan (*cheating*) atau paling tidak dapat mendeteksi akan adanya penipuan pada sistem informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan merupakan fitur yang sangat penting yang memang harus dimiliki oleh setiap aplikasi *digital payment*. karena secara tidak langsung hal ini berkaitan dengan data identitas mengenai pengguna aplikasi. Apabila kebocoran data terjadi tentunya hal ini akan sangat merugikan bahkan bisa sampai membahayakan penggunanya. Karena data pribadi pengguna bisa saja digunakan untuk hal yang berbahaya oleh oknum-oknum tertentu.¹⁴

¹³Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*," *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 5 No. 3 November 2020, h. 113-119.

¹⁴Budi Rahardjo, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*, (Bandung: PT Insan Infonesia, 2017), h. 1

Dari beberapa uraian penjelasan mengenai pengertian keamanan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa definisi dari keamanan adalah salah satu fitur wajib yang dimiliki oleh layanan *online* terutama aplikasi *digital payment*, dimana sistem yang digunakan aplikasi mampu mendeteksi adanya ancaman bahaya seperti penipuan ataupun adanya kebocoran data para penggunanya serta mampu mencegah hal tersebut terjadi.

Pada dasarnya keamanan *web* diciptakan untuk memenuhi tujuan dari syarat keamanan itu sendiri atau biasanya juga disebut dengan prinsip keamanan. Prinsip-prinsip keamanan meliputi:¹⁵

- a. Kerahasiaan, yakni data privasi pengguna yang tersimpan dalam aplikasi tidak boleh dibocorkan kepada siapapun, dalam bentuk apapun dan dalam keadaan apapun.
- b. Integritas, menyatakan bahwa data yang terdapat dalam aplikasi *web* itu adalah data orisinil pengguna serta konsisten tidak ada perubahan campur tangan orang lain.

¹⁵Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), h. 44.

- c. Ketersediaan, yakni aplikasi *web* harus dapat diakses oleh pengguna kapan saja dan dimana saja tergantung pada batasan penggunanya sendiri.
- d. *Non-Repudiation* adalah pernyataan bahwa pengguna aplikasi tidak bisa menyangkal apabila sewaktu-waktu aplikasi meminta untuk meng-*update* data atau memodifikasi data yang terdapat pada aplikasi *web*, sehingga sistem aplikasi dapat mendeteksi kebenaran dari identitas penggunanya.

Aspek keamanan tentunya sangat berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaannya. Apabila keamanan sudah diterapkan secara optimal maka kepercayaan pengguna terhadap aplikasi yang digunakan akan semakin besar. Hal ini tentunya akan berdampak pada reputasi *brand* dari aplikasi yang digunakan. Semakin tinggi keamanan yang ditawarkan oleh aplikasi atau *website* semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakannya.

2. Indikator Keamanan

berdasarkan dari beberapa teori yang diuraikan oleh beberapa para ahli di atas, maka indikator dari penelitian ini

mengambil fokus dari teori yang dikemukakan oleh Budi Rahardjo, dimana indikatornya adalah sebagai berikut:¹⁶

- a. Tingkat kepercayaan keamanan.
- b. Kerahasiaan data perusahaan dan penggunaannya.
- c. Tingkat keamanan terjamin.

D. Minat Penggunaan

1. Pengertian Minat Penggunaan

Minat merupakan keinginan seseorang dalam mendapatkan atau melakukan sesuatu. Namun demikian, seiring berjalannya waktu kadangkala minat seseorang mengalami perubahan. Berkaitan dengan minat, seseorang biasanya berperilaku secara sadar bahwa mereka harus memperhatikan informasi yang tersedia dan secara eksplisit dan implisit juga mempertimbangkan implikasi dari tindakan yang dilakukannya. Ketika seseorang tersebut sadar dengan implikasi dari tindakannya yang menimbulkan respon positif maka orang itu akan tetap mempertahankan minatnya. Sehingga minat bisa

¹⁶Budi Rahardjo, *Keamanan*,, h. 9.

disimpulkan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu¹⁷

Minat juga identik dengan kecenderungan manusia untuk memberikan perhatian atau bertindak secara responsif terhadap seseorang, aktifitas atau fenomena yang terjadi saat itu yang pada akhirnya menimbulkan perasaan senang atau kepuasan tersendiri bagi yang melakukannya. Karena sebenarnya setiap minat akan memberikan pemenuhan kepuasan pada setiap pelakunya. Hal ini pula lah yang terkadang menjadikan minat sebagai pemantik atau motivasi seseorang untuk melakukan apapun yang mereka inginkan apabila mereka memiliki kebebasan untuk memilih.

Faktor-faktor yang mendasari adanya minat menurut Crow & Crow yang diterjemahkan oleh Z Kasijin dalam Soleh Soemirat memiliki tiga faktor. Yakni faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan bersifat sosial dan faktor dorongan yang berhubungan dengan emosional. Faktor dari dalam berupa pemenuhan kebutuhan fisik dan psikis. Tumbuhnya minat juga tidak terlepas dari lingkungan dan motivasi sosial yaitu berupa

¹⁷Jogiyanto, *Sistem Informasi*,, h. 117.

mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari masyarakat sekitar. Sedangkan faktor emosional berkaitan dengan seberapa besar ukuran intensitas seseorang dalam memperhatikan kegiatan atau objek tertentu.¹⁸

2. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Battacherjee dalam Jogiyanto, minat memiliki beberapa indikator untuk mengukur minat, yakni:

- a. Ingin menggunakannya dimasa depan (*intend to continue using in the future*)
- b. Akan terus menggunakan dimasa depan (*continue using in the future*)
- c. Secara keseluruhan akan terus menggunakannya dimasa depan (*regularly use in the future*).¹⁹

E. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Rurie Wiedya Rahayu dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi *Go-Pay* Dari PT. Gojek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) yang pertama kali dikembangkan

¹⁸Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 11.

¹⁹Jogiyanto, *Sistem Informasi*,, h. 77

oleh Herman O.A. Wold. *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dengan variabel independen berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada masyarakat Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 141 responden dan menggunakan teknik *random sampling* untuk menentukan respondennya. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap aplikasi *Go-Pay*, sedangkan persepsi risiko memberikan pengaruh signifikan negatif.²⁰

Nur Laila dan Nyoman Trisna Herawati dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan *E-Money* (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Laut Ketapang-Gilimanuk).

²⁰Rurie Wiedya Rahayu, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi *Go-Pay* Dari PT. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sleman Dan Kota Yogyakarta)," *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018), h. 37.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada penumpang kapal Gilimanuk-Ketapang. Sampel yang digunakan berjumlah 96 responden dengan *accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linier berganda dengan hasil penelitian bahwa hasil dari variabel persepsi kebermanfaatan, kemudahan dan keamanan memberikan dampak simultan pada kepuasan konsumen *e-money*.²¹

Fitriani Latief dan Dirwan dengan judul penelitiannya yaitu Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data berupa regresi linier berganda. Data yang diolah berupa data primer yang didapat dari 97 responden dengan menggunakan teknik *random sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Hasil dari penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa setiap variabel yang digunakan yakni variabel

²¹Nur Laila & Nyoman Trisna Herawati, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Dan Keamanan Terkait Uang Elektronik Terhadap Kepuasan Penggunaan *E-Money*," *JIMAT (Jurnal ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, Vol 12 No 2 (2021) Universitas Pendidikan Ganesha, Bali, h. 403.

kemudahan, promosi dan kemanfaatan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan uang *digital*.²²

Nur Rahma Shabrina Unju, Rahayu Indriasari, Nurlaela Mappareasa dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan Sistem *E-Commerce* (Studi kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder dengan 71 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa antara variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.²³

²²Fitriani Latief & Dirwan, "Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, Vol 3 No 1 (April 2020) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Makassar, Sulawesi Selatan, h. 20.

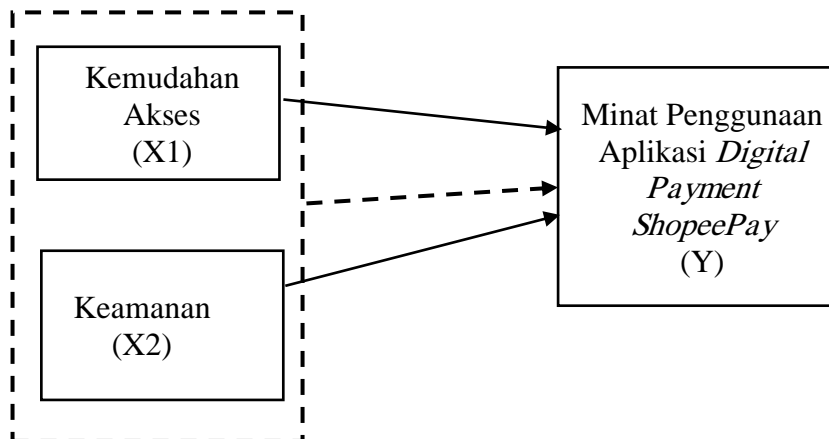
²³Nur Rahma Shabrina Unju, dkk, "Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan Sistem *E-Commerce* Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako," *Jurnal Akun Nabelo*, Vol 2 No 2 (Januari, 2020) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tadulako, Palu, h. 236.

Hal yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan yakni tentang Pengaruh Kemudahan Akses Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Digital Payment ShopeePay* Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2019 UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten). Tentunya berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya tidak ada yang meneliti mengenai minat menggunakan aplikasi *digital payment ShopeePay*. Peneliti terdahulu lebih memfokuskan penelitian mereka pada penggunaan uang digital secara umum saja, sedangkan pada penelitian ini fokus utamanya adalah penggunaan uang digital dengan menggunakan aplikasi *ShopeePay* sebagai alatnya. Selain itu variabel penelitian yang dibahas dalam penelitian sebelumnya jauh lebih kompleks, seperti persepsi kebermanfaatan, risiko, promosi dan inovasi teknologi. Sedangkan penelitian ini tidak membahas mengenai variabel penelitian tersebut. Begitupula dengan studi peneliti kali ini berfokus pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2019 UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang saat ini

belum ada yang meneliti. Studi penelitian terdahulu lebih berfokus pada masyarakat umum saja, meskipun ada yang membahas mahasiswa tetapi jurusan dan universitasnya juga berbeda.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————→ Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

-----→ Pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Penelitian ini memiliki dua variabel independen yakni Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) dan satu variabel

dependen yaitu Minat Penggunaan Aplikasi *ShopeePay* (Y). Untuk mencari hubungan X1 dengan Y dan X2 dengan Y menggunakan teknik korelasi sederhana. Sedangkan untuk mencari X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y menggunakan korelasi berganda.

G. Pengaruh Antar Variabel

Adapun pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen adalah:

1. Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Digital Payment ShopeePay*

Kemajuan teknologi yang semakin pesat juga berdampak pada berubahnya sistem alat pembayaran yang tadinya bersifat manual berubah menjadi transaksi pembayaran digital atau yang sering juga disebut dengan *digital payment* nyatanya memberikan dampak yang sangat besar bagi penggunanya. Salah satu aplikasi *digital payment* yang saat ini marak digunakan adalah aplikasi *ShopeePay*. *ShopeePay* merupakan salah satu aplikasi *digital payment* sekaligus *platform* belanja *online* terbesar yang ada di Indonesia. Mayoritas masyarakat Indonesia terutama kalangan anak muda menggunakan *ShopeePay* sebagai alat pembayar *digital*

payment adalah karena adanya unsur kemudahan akses bagi penggunanya.

Unsur kemudahan akses ini nyatanya menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat khususnya kalangan muda tertarik dan berminat untuk menggunakan aplikasi *ShopeePay* sebagai alat untuk melakukan transaksi pembayaran pada kegiatan sehari-hari. karena dengan adanya unsur kemudahan para penggunanya bisa melakukan transaksi dengan cepat dan efisien serta fleksibel karena dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *Digital Payment ShopeePay*

Pada dasarnya sudah menjadi sifat alamiah manusia bila ketika melakukan sesuatu yang berkaitan dengan transaksi keuangan secara *online* maka keamanan menjadi salah satu faktor yang sangat diperhatikan. Keamanan seakan-akan menjadi fitur wajib yang harus dimiliki oleh setiap aplikasi pembayaran digital. Hal ini wajar saja mengingat di zaman yang serba canggih ini *scammer* ataupun penipuan dan peretasan data pribadi sering kali terjadi dan tentunya sangat meragukan sekali.

Oleh karenanya, fitur keamanan menjadi salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh setiap aplikasi pembayaran digital. Karena semakin tinggi keamanan yang ditawarkan oleh sebuah aplikasi *digital payment*, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakannya.

H. Hipotesis

Berdasarkan uraian teori, kerangka pemikiran dan hubungan antar variabel penelitian di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *digital payment ShopeePay*
2. H2: Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *digital payment ShopeePay*
3. H3: Kemudahan akses dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *digital payment ShopeePay*.