

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 *Marketing*

Menurut *American Marketing Association* (2017) menyebutkan bahwa *marketing* adalah aktivitas, sekumpulan institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas. Sedangkan menurut Philip Kotler (2020) menjelaskan bahwa *marketing* adalah, ilmu dan seni meneliti, menghasilkan, dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran untuk mendapatkan keuntungan.

*Marketing* atau pemasaran merupakan salah satu dari 4 *core management* perusahaan (*marketing, finance, human capital* dan *operation*). Dikarenakan menjadi salah satu dari 4 *core management*, maka fungsi pemasaran dalam sebuah perusahaan sangat penting.

Di dalam pemasaran terdapat 5 proses yaitu: identifikasi peluang, pengembangan produk baru, menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan dan pemenuhan pemesanan. Apabila perusahaan gagal dalam memenuhi salah satu proses dari 5 proses pemasaran maka perusahaan tidak akan bertahan (Kotler, 2020).

Didalam proses adopsi sebuah teknologi penting adanya *marketing*. Teknik pemasaran yang tepat sasaran dapat meningkatkan *brand awareness* yang kemudian dapat menjadi tahap pertimbangan sebelum mengambil keputusan. Salah satu strategi yang kerap digunakan oleh industri *fintech*

adalah “strategi bakar uang”, dimana sebuah penyedia layanan dompet digital melakukan promo dan cashback secara besar-besaran dengan tujuan meningkatkan adopsi dari dompet digital tersebut (Annur, 2019).

## **2.2 *Financial Technology***

*Financial technology (fintech)* adalah industri didalam ekonomi yang berisi berbagai perusahaan yang memanfaatkan teknologi untuk membuat sistem finansial yang lebih efisien (McAuley, 2015). Menurut Micu & Micu (2016) *fintech* adalah sektor baru dalam industri keuangan yang menggabungkan seluruh teknologi yang digunakan oleh industri keuangan untuk memfasilitasi perdagangan, perusahaan maupun interaksi dan layanan yang diberikan kepada konsumen retail.

PricewaterhouseCooper (2016) menjelaskan bahwa *fintech* adalah sebuah persimpangan antara layanan finansial dan teknologi. *Fintech* juga dapat merujuk kepada perusahaan rintisan (*startup*), perusahaan teknologi, atau bahkan perusahaan yang sudah lama. PwC juga menjelaskan bahwa batasan antara teknologi dan layanan finansial dalam *fintech* semakin memudar dan bahkan telah menjadi sebuah layanan yang terpadu.

*Fintech* dapat meningkatkan inklusi keuangan yang membuat masyarakat yang tergolong dalam ekonomi kurang mampu dapat mengakses kredit alternatif selain bank (*unbankable*). Dalam riset yang dilakukan oleh Jagtiani & Lemieux (2017) menyimpulkan bahwa: dari sisi akses kredit, *fintech* telah menjangkau yang sebelumnya area yang tidak terlayani, di mana kurangnya kompetisi dari pihak perbankan. Layanan *fintech* juga melayani peminjam

dengan penghasilan rendah dan area di mana cabang dari perbankan juga tidak berada dalam kondisi proporsional terhadap penduduk area tersebut.

### **2.3 Dompot Digital**

Dompot *digital* memberikan layanan dan fungsi dari dompet pada umumnya kedalam satu kartu tanpa perlu adanya banyak jenis kartu. Dompot *digital* juga memberikan beberapa fitur keamanan yang tidak ada pada dompet pada umumnya. Dompot *digital* sangat berguna pada orang yang sering berbelanja *online* (Upadhyaya, 2012). Dalam praktiknya saat ini, banyak dompet *digital* yang tidak hanya menyimpan kartu. Menurut Bank Indonesia (2016) dompet *digital*/dompet elektronik (*electronic wallet*) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Menurut Kagan (2020), didalam penggunaan dompet *digital* sering berkonjungsi dengan sistem pembayaran yang menggunakan selular (*m-payment*). Dengan menggunakan dompet *digital*, pengguna dapat menyelesaikan transaksi pembelian secara mudah dan cepat dengan memanfaatkan teknologi *near-field communication* (NFC). Dalam sistem dompet *digital*, pengguna juga dapat membuat kata sandi yang lebih rumit tanpa perlu takut apakah mereka akan melupakannya di masa yang akan datang.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Kolandaisamy & Subramaniam, 2020), terdapat beberapa kelebihan serta kekurangan dalam menggunakan dompet *digital*. Di antara beberapa kelebihan dari penggunaan dompet *digital* adalah: memberikan kemudahan bagi banyak pelanggan (33.3%), menawarkan

akses kepada hadiah baru (22.2%), membantu mengatur anggaran keuangan (17.8%), dapat digunakan untuk membayar layanan lainnya (14.4%) dan ketersediaannya tinggi (12.2%). Sedangkan kekurangan dari penggunaan dompet *digital* adalah: risiko keamanan (33.3%), menyebabkan berbelanja sembarangan (23.3%), dompet *digital* tersebut tidak tersedia secara global (23.3%), kendala teknis dalam aplikasi (20%).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat korelasi antara *performance expectancy* terhadap adopsi penggunaan dompet digital. Hal ini juga menjadi salah satu faktor adopsi yang akan diteliti oleh peneliti.

#### **2.4 Pembayaran *Digital***

Sistem pembayaran *digital* terdiri dari serangkaian protokol yang terdiri dari tiga pihak yang berinteraksi: bank, pelanggan/pengguna (pembayar), dan toko/*merchant* (penerima). Pelanggan dan toko memiliki akun di bank. Tujuan dari sistem ini agar pelanggan dapat melakukan transfer/transaksi dengan toko secara aman (Camenisch, *et. al.*, 1997). Dalam pengembangannya teknologi pembayaran *digital* dapat difasilitasi oleh *fintech* yang menjadi perantara non-bank yang membantu dalam proses kliring dan *settlement* dari transaksi antara pihak.

Secara harfiah, pembayaran *digital* dapat dijelaskan sebagai sebuah mekanisme pertukaran kepemilikan uang yang dilakukan secara *digital* (tanpa fisik) menggunakan teknologi dan jaringan internet. Dalam rantai nilai sebuah layanan pembayaran *digital* terdapat 5 pihak yang terlibat, diantaranya: pelanggan, penerbit, jaringan, pengakuisisi dan *merchant* (Deloitte Southeast Asia Ltd, 2019).

Dalam evolusi pembayaran *digital* terdapat 4 sistem yang berkembang, diantaranya adalah: *short message system* (SMS), *quick response code* (QR code), *near field communication* (NFC), dan *mobile card reader*. Tentunya dalam setiap metode pembayaran memiliki faktor yang dapat memudahkan maupun menghambat adopsi.

## **2.5 *Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Davis (1989) yang digunakan sebagai model adopsi teknologi. Pada penelitian tersebut, terdapat kesimpulan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) dan *perceived usefulness* (PU) berpengaruh terhadap faktor adopsi teknologi. Pada teori TAM berpendapat bahwa terdapat faktor yang dapat mempengaruhi dari adopsi sebuah teknologi yaitu anggapan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut dapat mendorong faktor adopsi. Kemudian dari sisi manfaat juga dapat mendorong dari faktor adopsi sebuah teknologi.

## **2.6 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)***

*Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology* (UTAUT) merupakan pengembangan dari beberapa teori adopsi teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012). Teori ini memiliki 4 variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*. Keempat variabel tersebut mempengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* dari sebuah teknologi. *Performance expectancy* didefinisikan sebagai seberapa seorang individual mempercayai bahwa dengan menggunakan sistem tersebut memudahkan dari segi performa; *effort expectancy* didefinisikan sebagai seberapa mudah seseorang mengasosiasikan

penggunaan sebuah teknologi; *social influence* adalah hingga seberapa seseorang merasa bahwa teman / kerabat dekat merasa orang tersebut harus menggunakan sistem baru tersebut. Dan *facilitating conditions* adalah definisi dari hingga seberapa seorang individu mempercayai bahwa sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan sesuatu Venkatesh et al. (2012). Menurut UTAUT, *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* dapat mempengaruhi *behavioral intention* dari adopsi teknologi.

### **2.7 Performance Expectancy**

*Performance Expectancy* dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dia dalam memperoleh keuntungan dalam kinerja (Venkatesh et al., 2003). Hal ini diperkuat oleh pernyataan yang dilakukan oleh Hamzat (2018) bahwa *performance expectancy* pada penelitian yang berbasis UTAUT, mirip dengan *perceived usefulness* (PU) yang dilakukan pada penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM).

Menurut Brown (2010), *performance expectancy* sejauh mana penggunaan diharapkan untuk meningkatkan kinerja, telah menjadi salah satu faktor prediktor yang paling konsisten dari *behavioural intention* di seluruh teknologi, termasuk teknologi komunikasi. Semakin banyak individu berharap bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya (*intention to use*).

### **2.8 Effort Expectancy**

*Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen (Venkatesh et al., 2012). Pernyataan

tersebut sejalan dengan pernyataan pada penelitian yang dilakukan oleh Ghalandari (2012) yang menyatakan bahwa *effort expectancy* dapat didefinisikan adalah tingkat kenyamanan yang dirasakan untuk menggunakan sistem. Hal ini serupa dengan definisi *perceived ease of use* didalam penelitian berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM).

Dalam penelitian ini, *effort expectancy* yang dimaksud adalah usaha yang diperlukan dalam melakukan sebuah kegiatan. Hal ini memiliki arti yang sama dengan definisi oleh peneliti diatas. Namun dalam menentukan measurement, peneliti menggunakan sudut pandang yang berlawanan dikarenakan sesuai dengan jurnal utama yang dirujuk oleh peneliti menggunakan sudut pandang yang sama.

## **2.9 Social Influence**

*Social Influence* adalah sejauh mana konsumen memandang bahwa orang lain yang penting (misalnya, keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). Hal ini dapat terjadi atas teori bahwa adopsi sebuah teknologi dapat berhubungan dengan banyaknya jumlah orang yang tergabung ke dalam sebuah sistem tersebut, teori tersebut adalah teori *network effect*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kulviwat *et. al.*, (2009) menunjukkan hasil bahwa adopsi dari teknologi tinggi pada pengguna dalam hal ini konsumsi dipengaruhi oleh banyak tidaknya pengguna lain yang menggunakannya. Dalam hal ini pengguna lain yang dimaksud adalah kerabat, teman atau rekan.

## **2.10 *Facilitating Conditions***

*Facilitating Conditions* merujuk pada persepsi konsumen tentang sumber daya serta dukungan yang tersedia untuk melakukan sebuah perilaku (Venkatesh et al., 2012). Menurut Ghalandari (2012), variabel kondisi fasilitasi mengacu pada sejauh mana individu merasakan bahwa infrastruktur teknis dan organisasi yang diperlukan untuk menggunakan sistem yang dimaksud tersedia. Kondisi fasilitasi dalam penelitian UTAUT dapat merupakan moderasi dari fasilitasi dalam adopsi teknologi dapat berupa pengalaman profesional, jenis kelamin, usia dan kesukarelaan (Zhou, et. al., 2019).

## **2.11 *Intention to Use Mobile Wallet***

*Intention to Use* dapat menggambarkan intensi / niat dari mengadopsi sebuah teknologi (Cabanillas, et. al., 2020). Dalam penelitian UTAUT, variabel *intention to use* didefinisikan sebagai suatu kecenderungan intensi dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah peripheral pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Davis, et. al., 1989).

*Intention to use* dalam penelitian berbasis UTAUT dapat dipengaruhi oleh 4 konstruk yaitu: *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* (Venkatesh et. al., 2003)

## **2.12 Penelitian Terdahulu**

Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam mendukung hipotesis serta teori

– teori yang disampaikan oleh peneliti. Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Temuan Inti
1.	(Davis, 1989)	<i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology</i>	1. Teori Dasar <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>
2.	(Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003)	<i>User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View</i>	1. Teori Dasar <i>Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology (UTAUT)</i> . 2. Teori <i>Performance Expectancy</i> . 3. Teori <i>Effort Expectancy</i> 4. Teori <i>Social Influence</i> 5. Teori <i>Facilitating Conditions</i>
3.	(Cabanillas, Maroto, Leiva, & Luna, 2020)	<i>Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: The Case of Apple Pay</i>	1. Teori <i>Intention to Use</i>
4.	(Patel, 2016)	<i>Young Consumers' Intention to Use Mobile Wallet</i>	1. Jurnal Utama 2. Acuan model penelitian.

		<i>Services: An Empirical Investigation Using UTAUT Model</i>	3. Teori <i>Performance Expectancy</i> . 4. Teori <i>Effort Expectancy</i> 5. Teori <i>Social Influence</i> Teori <i>Facilitating Conditions</i>
5.	(McAuley, 2015)	<i>What is Fintech?</i>	1. Definisi <i>fintech</i>
6.	(Kolandaisamy & Subaramaniam, 2020)	<i>The Impact of E-Wallets for Current Generation</i>	1. Penelitian dampak <i>dompet digital</i> .
7.	(Kulviwat, Bruner II, & Al-Shuridah, 2009)	<i>The role of social influence on adoption of high tech innovations: The moderating effect of public/private consumption</i>	1. Temuan dampak <i>network effects</i> .
8.	(Ghalandari K., 2012)	<i>The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender</i>	1. Teori <i>Effort Expectancy</i> . 2. Teori <i>Facilitating Conditions</i> .

9.	(Hamzat, 2018)	<i>Influence of Performance Expectancy and Facilitating Conditions on use of Digital Library by Engineering Lecturers in universities in South-west, Nigeria</i>	1. Teori <i>Performance Expectancy</i>
10.	(Jaradat et. al., 2013)	<i>Assessing Key Factor that Influence on the Acceptance of Mobile Commerce Based on Modified UTAUT</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>performance expectancy</i> terhadap <i>intention to use</i> .
11.	(Tam et. al., 2016)	<i>Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone &amp; McLean and TTF perspective.</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>performance expectancy</i> terhadap <i>intention to use</i> .
12.	(Madan et. al., 2016)	<i>Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. Journal of Indian Business Research</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>effort expectancy</i> terhadap <i>intention to use</i> .
13.	(Lin et. al., 2019)	<i>Understanding the Sustainable Usage Intention of Mobile Payment Technology in Korea: Cross-Countries Comparison of Chinese and Korean Users.</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>effort expectancy</i> terhadap <i>performance expectancy</i> .

14.	(Nag <i>et. al.</i> , 2019)	<i>E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use. International Journal of Recent Technology and Engineering</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>social influence</i> terhadap <i>intention to use</i> .
15.	(Yang <i>et. al.</i> , 2021)	<i>Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets</i>	Penjelasan pendukung hipotesis <i>facilitating conditions</i> terhadap <i>intention to use</i> .

## 2.13 Pengembangan Hipotesis

### 2.13.1 Hubungan Antara *Performance Expectancy* Terhadap *Intention to Use*.

Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh terhadap niat dari penggunaan dompet digital. Hal ini sesuai dengan penelitian Jaradat *et. al.*, (2013) yang menunjukkan bahwa ekspektasi performa merupakan salah satu faktor indikasi yang signifikan terhadap faktor adopsi dari teknologi.

Ekspektasi kinerja akan berpengaruh pada penggunaan dompet digital. Hubungan ini menjelaskan korelasi sebesar 77.9% antara ekspektasi performa yang dirasakan seorang individu terhadap adopsi dompet digital (Tam, 2016).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Patel, (2016). *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* dari dompet digital.

*Performance Expectancy* yang dapat dijelaskan sebagai sebuah ekspektasi bahwa dengan menggunakan sebuah layanan akan memberikan kemudahan dan efisiensi. Maka *Performance Expectancy* dapat mempengaruhi intensi dari penggunaan sebuah layanan dalam menggunakan dompet digital. Hal ini dikarenakan pengguna dapat terasa mudah apabila menggunakan dompet digital dalam sehari-hari.

Maka berdasarkan penjabaran diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1. *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Wallet*.

### **2.13.2 Hubungan Antara *Effort Expectancy* Terhadap *Intention to Use Digital Wallet*.**

*Effort Expectancy* dapat dijelaskan sebagai ekspektasi usaha yang dirasakan oleh pengguna dalam mengadopsi sebuah teknologi. Dengan meningkatnya *effort expectancy* akan berpengaruh negatif terhadap penggunaan dompet digital. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Patel, (2016). *Effort Expectancy* memiliki pengaruh negatif terhadap *Intention to Use* dari dompet digital.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Madan *et. al.*, (2016) bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh secara terhadap faktor adopsi dari dompet digital pada negara berkembang.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2. Effort Expectancy memiliki pengaruh negatif terhadap Intention to Use *Digital Wallet*.

### **2.13.3 Hubungan Antara *Effort Expectancy* Terhadap *Performance Expectancy*.**

Pengaruh dari ekspektasi usaha terhadap ekspektasi performa dapat dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lin *et. al.*, (2019) bahwa pada pengguna dari dompet digital di China apabila merasa kesulitan dalam penggunaan dompet digital tersebut maka akan membuat pengguna merasa performa dari dompet digital tersebut rendah.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3. Effort Expectancy memiliki pengaruh negatif terhadap Performance Expectancy.

### **2.13.4 Hubungan Antara *Social Influence* Terhadap *Intention to Use Digital Wallet*.**

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use* dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh Nag *et. al.*, (2019) sebagai penggunaan sebuah teknologi baru dalam kegiatan sehari-hari baik yang dipengaruhi oleh faktor sosial (keluarga, teman, atau orang dekat lainnya). Dalam penelitian

yang sama juga dijelaskan bahwa faktor *Social Influence* mempengaruhi *Intention to Use* secara positif dan signifikan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Patel, (2016). *Social Influence* memiliki pengaruh negatif terhadap *Intention to Use* dari dompet *digital*.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4. *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Wallet*.

#### **2.13.5 Uji Pengaruh Antara *Facilitating Condition* Dengan *Intention to Use Digital Wallet*.**

Fasilitasi kondisi didefinisikan sebagai faktor dan infrastruktur teknis yang mempengaruhi adopsi dompet digital (Yang *et. al.*, 2021). Dalam penelitian yang sama, menunjukkan bahwa fasilitasi kondisi berpengaruh positif secara signifikan terhadap faktor adopsi dari dompet digital.

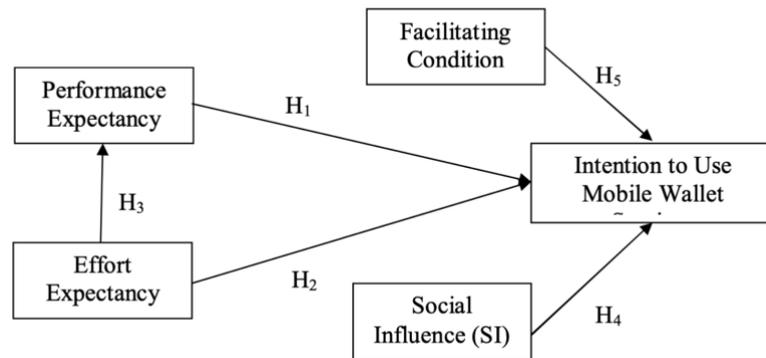
Dalam penelitian yang dilakukan oleh Patel, (2016). *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* dari dompet *digital*.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5. *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use Digital Wallet*.

## 2.14 Model Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah peneliti uraikan diatas. Peneliti merujuk kepada model penelitian yang dilakukan oleh *Patel, et. al. (2016)* yang berjudul “*Young Consumers’ Intention to Use Mobile Wallet Services: An Empirical Investigation Using UTAUT Model*”. Dengan model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Model Penelitian**