

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

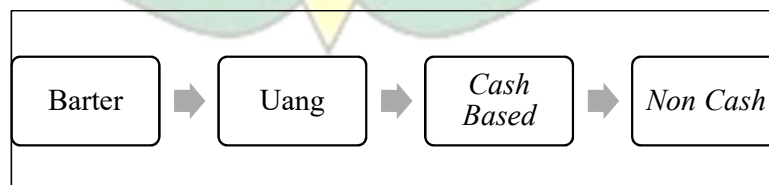
2.1 Landasan Teori

2.1.1. *Cashless Payment Perceptions*

Menurut Bank Indonesia (2011) sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban dari suatu kegiatan ekonomi. Dalam sistem pembayaran ada alat pembayaran, ada mekanisme kliring hingga settlement. Komponen yang terlibat dalam menyelenggarakan sistem pembayaran adalah bank, lembaga keuangan selain bank, serta lembaga bukan bank.

E-payment atau uang elektronik adalah suatu sistem pembayaran dimana seseorang dapat membayar barang dan jasa yang tersedia melalui internet tanpa menggunakan uang tunai (Gholami, Ogun, Koh, & Lim, 2010).

Dalam pelaksanaannya alat pembayaran selalu berkembang. Seperti yang digambarkan dalam skema berikut ini:



Sumber: (Pramuningtyas, 2017)

Gambar II.1 Perkembangan Alat Pembayaran

Berikut ini adalah pengertiannya:

a. Barter

Barter merupakan jenis alat pembayaran yang tidak menggunakan sembarang bentuk perantara pertukaran, barang atau jasa akan ditukar dengan barang atau jasa yang lainnya. Aktivitas tersebut dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih yang saling sapat.

b. Uang

Uang adalah segala sesuatu yang diterima secara umum sebagai alat pembayaran yang resmi dalam rangka memenuhi suatu kewajiban. Tiga tujuan uang menurut pada penggunaannya yaitu sebagai alat tukar untuk pembayaran, sebagai satuan dasar untuk menilai daya beli atau nilai suatu barang atau jasa, dan sebagai alat penyimpanan.

c. *Cash Based*

Cash based atau alat pembayaran tunai lebih banyak memakai uang kartal (uang kertas dan uang logam). Uang kartal sejauh ini masih memainkan peran penting khususnya untuk transaksi bernilai kecil. Masyarakat *modern* kini yang masih menggunakan alat pembayaran tunai atau uang kartal cenderung lebih sedikit dibandingkan pemakaian uang giral. Menurut Bank Indonesia pada tahun 2005 perbandingan uang kartal terhadap uang beredar adalah sebesar 43,3 persen.

Pemakaian uang kartal memiliki beberapa kendala, terutama pada efisiensi. Menyadari kelemahan dan inefisien penggunaan uang kartal, Bank Indonesia kemudian berinisiatif dan mendorong masyarakat

membiasakan diri memakai alat pembayaran non tunai atau *Less Cash Society (LCS)*.

d. *Non Cash*

Non Cash atau pembayaran non tunai sudah berkembang dan semakin lazim dikalangan masyarakat. Hal ini dikawal langsung oleh BI yang bukan semata bertujuan untuk terciptanya efisiensi dalam sistem pembayaran, tetapi juga kesetaraan akses hingga perlindungan konsumen. Terciptanya sistem pembayaran maksudnya adalah memberi kemudahan bagi pengguna untuk memilih metode pembayaran yang dapat diakses ke seluruh wilayah dengan biaya serendah mungkin. Sedangkan yang dimaksud dengan kesetaraan akses adalah BI akan memperhatikan penerapan asas kesetaraan dalam penyelenggaraan sistem pembayaran. Kemudian untuk aspek perlindungan konsumen dimaksudkan penyelenggara wajib mengadopsi asas-asas perlindungan konsumen secara wajar didalam penyelenggaraan sistemnya.

Alat pembayaran non tunai dapat berupa Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan yang terbaru adalah Uang Elektronik (E-Money).

Pengertian Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) menurut peraturan Bank Indonesia (PBI) NOMOR: 6/30/PBI/2004 adalah alat pembayaran yang berupa Kartu ATM, Kartu Debet, Kartu Kredit, Kartu Prabayar, dan lain-lain (Pramuningtyas, 2017).

a. Kartu ATM

Kartu ATM dapat digunakan melalui mesin ATM dan dapat digunakan di tempat perbelanjaan, berfungsi juga sebagai kartu debit.

b. Kartu Debet

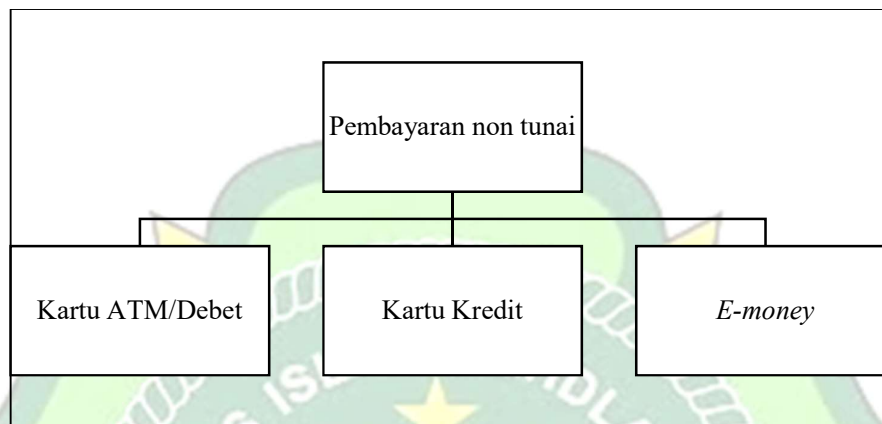
Merupakan alat pembayaran yang timbul akibat kegiatan ekonomi. Sebagai alat pembayaran kartu ini akan mengurangi saldo pemegang kartu pada bank yang digunakan sebagai tempat menghimpun dana.

c. Kartu Kredit

Kartu Kredit digunakan untuk transaksi pembelian. Pemegang kartu ini wajib melakukan pembayaran pada waktu yang telah disepakati oleh penerbit kartu kredit, pelunasan ini dapat dilakukan secara angsuran ataupun sekaligus.

Pengertian Uang Elektronik (*E-Money*) menurut Bank Sentral Eropa (1996) merupakan produk *prepaid* artinya sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik milik seseorang. Nilai dalam e-money akan berkurang setelah digunakan sebagai alat pembayaran, kemudian dapat diisi kembali atau dikenal sebagai istilah top-up (Pramuningtyas, 2017). *E-money* sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi seperti untuk layanan transportasi, parkir, tol, pembelian *fast food*, dan lain-lain.

Perbedaan antara kedua sistem pembayaran non tunai ini adalah pada Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) bersifat akses, sedangkan Uang Elektronik bersifat prabayar (*prepaid*).



Sumber: (Dzakiyah, 2019)

Gambar II.2 Pembayaran Non Tunai

2.1.2. *Benefits*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi dari manfaat (*benefits*) adalah sesuatu yang memiliki daya guna atau faedah. *Benefits* didefinisikan sebagai sejauh mana suatu teknologi tertentu dipercaya oleh seseorang dapat meningkatkan kinerja dari pekerjaannya (N. Dewi & Warmika, 2016). Kemudian menurut Timbowo (2016) *benefits* berarti keinginan orang banyak untuk menjadikan sesuatu lebih mudah atau lebih baik tanpa menjadi beban dalam hidupnya.

Kata *benefits* memiliki definisi yaitu mampu digunakan secara menguntungkan, dalam konteks suatu organisasi seseorang umumnya akan

mendorong kinerjanya menjadi lebih baik guna memperoleh kenaikan gaji, promosi, bonus dan imbalan lainnya (Davis, 1989).

Dari definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *benefits* adalah sesuatu yang diperoleh dari suatu tindakan yang akan menyebabkan perubahan terhadap suatu fungsi tertentu (Handayani, 2010).

Benefits dari transaksi non tunai dapat dirasakan langsung oleh masyarakat maupun pemerintah. Setidaknya ada enam manfaat seperti: praktis dan aman, akses yang luas terhadap sistem pembayaran, adanya transparansi transaksi, efisiensi rupiah, serta perencanaan ekonomi lebih akurat karena transaksi tercatat secara otomatis dan lebih akurat (Kurniawan, 2018).

2.1.3. *Security*

Security terbagi atas tiga (3) kunci dasar yaitu: *confidentiality* (kerahasiaan), *integrity* (integritas), dan *availability* (ketersediaan) (Dani, 2008).

Confidentiality berfokus pada upaya guna menghindari pengungkapan secara illegal terhadap informasi baik yang bersifat rahasia maupun sensitif. Pengungkapam tersebut baik secara disengaja dengan pemecahan sandi juga terjadi secara tidak disengaja karena kecerobohan dari individu.

Integrity berarti data tidak dapat dibuat, diganti maupun dihapus tanpa ada proses otorisasi. Hal ini berarti, *integrity* merupakan prinsip yang digunakan untuk menjaga ketepatan sesuatu.

Availability memastikan bahwa pengguna atau konsumen dari sistem berhak memiliki akses tanpa interupsi atau halangan dari sistem dan jaringan. Hal ini berarti memastikan bahwa informasi atau sumber daya selalu tersedia saat dibutuhkan.

Security bergantung pada informasi yang sesuai, yaitu tentang keamanan yang dipertanyakan, nilai atau minat mana yang harus diamankan, risiko atau ancaman apa yang diajukan dan siapa yang paling tepat untuk dilindungi dan melindungi. *Security* itu sendiri tidak mengandung informasi ini, tetapi mampu mendeskripsikan hubungan antara keempat faktor tersebut dan juga menjelaskan makna dari keempatnya dalam beberapa konteks (Powell, 2012).

Garfinkel mengungkapkan bahwa *security* melingkupi empat aspek, yaitu *privacy*, *integrity*, *authentication*, dan *availability*. Kemudian ada dua aspek lain yaitu *access control* dan *non repudiation* (Raharjo, 1998).

Privacy adalah usaha untuk menjaga informasi dari orang yang tidak berhak mengakses. *Integrity* menekankan bahwa informasi tidak dapat diubah tanpa seijin dari pemilik informasi. *Authentication* berhubungan dengan cara untuk menyatakan bahwa informasi benar-benar asli atau dapat dikatakan bahwa orang yang mengakses dan memberikan informasi adalah benar-benar orang yang dimaksud. *Availability* berhubungan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan. *Access control* berhubungan

dengan cara pengaturan akses kepada informasi. *Non repudiation* menjaga agar seseorang tidak dapat menyangkal telah melakukan sebuah transaksi.

2.1.4. *Self efficacy*

Self efficacy berfokus pada kepercayaan seseorang terhadap kapasitas mereka untuk menghasilkan pencapaian yang diharapkan. *Self efficacy* juga merupakan suatu kepercayaan seseorang bahwa kemampuan mereka mampu mempengaruhi kejadian-kejadian tertentu yang akan memberikan dampak pada kehidupannya. Inti dari keyakinan ini adalah dasar dari motivasi manusia, pencapaian kinerja, dan kesejahteraan emosional (Bandura, 1977) & (Bandura, 2006).

Self efficacy merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan seseorang mengenai kemampuan dirinya untuk mengorganisasi, melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu kemudian mengimplementasikannya kedalam tindakan guna menampilkan suatu keterampilan tertentu (Sholicha, 2017).

Self efficacy tidak seglobal ataupun seumum penghargaan diri (*self esteem*) maupun keyakinan diri (*self confident*). Setiap individu memiliki *self efficacy* yang tinggi pada satu situasi, namun rendah untuk situasi lain, tergantung pada beberapa keadaan yaitu: (a) kompetensi yang diminta pada aktivitas yang berbeda-beda (b) hadir atau tidaknya individu lain (c) tingkat persaingan diantara individu, terlebih apabila terdapat persaingan yang ketat (d) kecenderungan pribadi dalam menghadapi suatu kegagalan (e) kondisi

fisik lain yang menyertai, khususnya ada atau tidaknya kelelahan, kecemasan, apatis, juga kesedihan (Rochmah, 2017).

Keyakinan terhadap *self efficacy* dikembangkan sebagai respon terhadap empat sumber informasi, diantaranya adalah pengalaman sebelumnya (kesuksesan dan kegagalan), pengalaman perwakilan (dengan cara mengamati kesuksesan dan kegagalan dari orang lain), persuasi verbal (pengaruh dari teman sebaya, kolega, dan saudara), serta mengukur kemampuan diri yaitu: pengalaman, komentar dari individu lain, dan rekomendasi dari kerabat atau orang terdekat (Pratiwi & Dewi, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk digunakan sebagai pengujian beberapa variabel independen terhadap persepsi pada pembayaran non tunai yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian ini. Beberapa diantaranya telah diringkas dalam tabel sebagai berikut:

Tabel II.1
Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Sumber	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Di Kota Medan (Radiansyah, 2016)	Y: Persepsi Masyarakat X1: Efisiensi X2: Keamanan X3: Infrastruktur X4: Promosi X5: Lingkungan	Analisis regresi linier berganda	Variabel Efisiensi, Keamanan, Infrastruktur, Promosi dan Lingkungan bertanda positif dan signifikan terhadap Persepsi masyarakat Muslim

NO	Sumber	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				terhadap Alat Pembayaran Non Tunai di Kota Medan.
2	Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai (Studi Kasus Pengunjung Pusat Perbelanjaan di Kawasan Malioboro) (Ariyani, 2017)	Y: Minat bertransaksi non tunai X1: Manfaat X2: Kepercayaan X3: Kemudahan X4: Gaya hidup X5: Resiko	Analisis regresi linier berganda	Variabel Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, dan Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel Resiko berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel Minat bertransaksi non tunai.
3	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Penggunaan Pembayaran Non Tunai (Efendi, 2017)	Y: Preferensi mahasiswa Yogyakarta X1: Efisiensi X2: Keamanan X3: Infrastruktur X4: Pendapatan X5: Fitur Layanan	Analisis regresi linier berganda	Variabel Keamanan dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Variabel Efisiensi, Infrastruktur, dan Fitur Layanan tidak berpengaruh terhadap Preferensi mahasiswa Yogyakarta menggunakan pembayaran non tunai.
4	Studi Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Alat	Y: Intensitas transaksi APMK X1: Sistem dan Layanan	Analisis regresi linier berganda	Variabel Sistem dan Layanan, Keamanan, Manfaat,

NO	Sumber	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Pembayaran Non Tunai (Swasti, 2017)	X2: Keamanan X3: Manfaat X4: Kemudahan X5: Biaya Transaksi		Kemudahan, Biaya Transaksi berpengaruh positif terhadap Intensitas bertransaksi menggunakan APMK.
5	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan <i>Electronic Money</i> Di Indonesia (Diana, 2018)	Y: Minat konsumen menggunakan <i>e-money</i> X1: Ekspektasi Kinerja X2: Ekspektasi Usaha X3: Pengaruh Sosial X4: Kondisi Pendukung X5: Motivasi Hedonis X6: Nilai Harga X7: Kepercayaan X8: Perasaan Keamanan	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	Variabel Kepercayaan, Motivasi Hedonis, Pengaruh Sosial, Kondisi Pendukung, dan Nilai Harga terbukti memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan <i>e-money</i> . Sementara, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Persepsi Keamanan tidak menunjukkan adanya pengaruh pada minat penggunaan <i>e-money</i> .
6	<i>Factors (Benefits, Trust, Self Efficacy, Ease of Use, Security) Affecting Consumer's Perception on E-Money in Indonesia</i> (Pratiwi & Dewi, 2018)	Y: Persepsi konsumen Yogyakarta X1: <i>Benefits</i> X2: <i>Trust</i> X3: <i>Self efficacy</i> X4: <i>Ease of Use</i> X5: <i>Security</i>	<i>Multiple linear regressions</i>	Variabel <i>Self Efficacy</i> dan <i>Security</i> tidak berpengaruh signifikan, sedangkan variabel <i>Benefits</i> , <i>Ease of Use</i> , dan <i>Trust</i>

NO	Sumber	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
				berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada <i>e-money</i> .
7	<i>Perception and Awareness of Customer Towards Cashless Transaction; A Case Study</i> (Rajanna, 2018)	Dependen: <i>Cash-less transactions</i> Independen: <i>Socio-economic characteristics, methods benefits, dan problems.</i>	<i>Average percentage method</i>	<i>Socio-economic characteristics, methods benefits, dan problems</i> berpengaruh terhadap <i>cash less transaction</i> .
8	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-Money</i> pada Generasi Millenials (Suwandi & Azis, 2018)	Y: <i>Intention to use electronic payment system</i> X1: <i>Culture</i> X2: <i>Perceived security</i> X3: <i>Performance expectancy</i> X4: <i>Effort expectancy</i> X5: <i>Social influence</i>	<i>Path analysis</i>	Variabel <i>Culture</i> dan <i>Effort Expectancy</i> tidak memiliki pengaruh, sedangkan variabel <i>Perceived Security</i> , <i>Performance Expectancy</i> , dan <i>Social Influence</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Intention to use electronic payment system pada e-money</i> .
9	<i>Financial Technology as an Innovation Strategy for Digital Payment Services in the Millenial Generation</i> (Tan et al., 2019)	Y: <i>Fintech consumers' perceptions</i> X1: <i>Benefit</i> X2: <i>Trust</i> X3: <i>Self efficacy</i> X4: <i>Ease of Use</i> X5: <i>Security</i>	<i>Multiple Regression</i>	Variabel <i>Benefit, Trust, Self Efficacy, Ease of Use</i> , dan <i>Security</i> berpengaruh positif terhadap <i>Digital Payment Perception</i> .

NO	Sumber	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
10	Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money (Ramadhan et al., 2016)	Y: Minat Penggunaan <i>E-money</i> X1: Persepsi Manfaat X2: Persepsi Kemudahan X3: Persepsi Keamanan dan Risiko	Analisis regresi linier berganda	Variabel Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif, sedangkan variabel Persepsi Kemudahan serta Persepsi Keamanan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i>

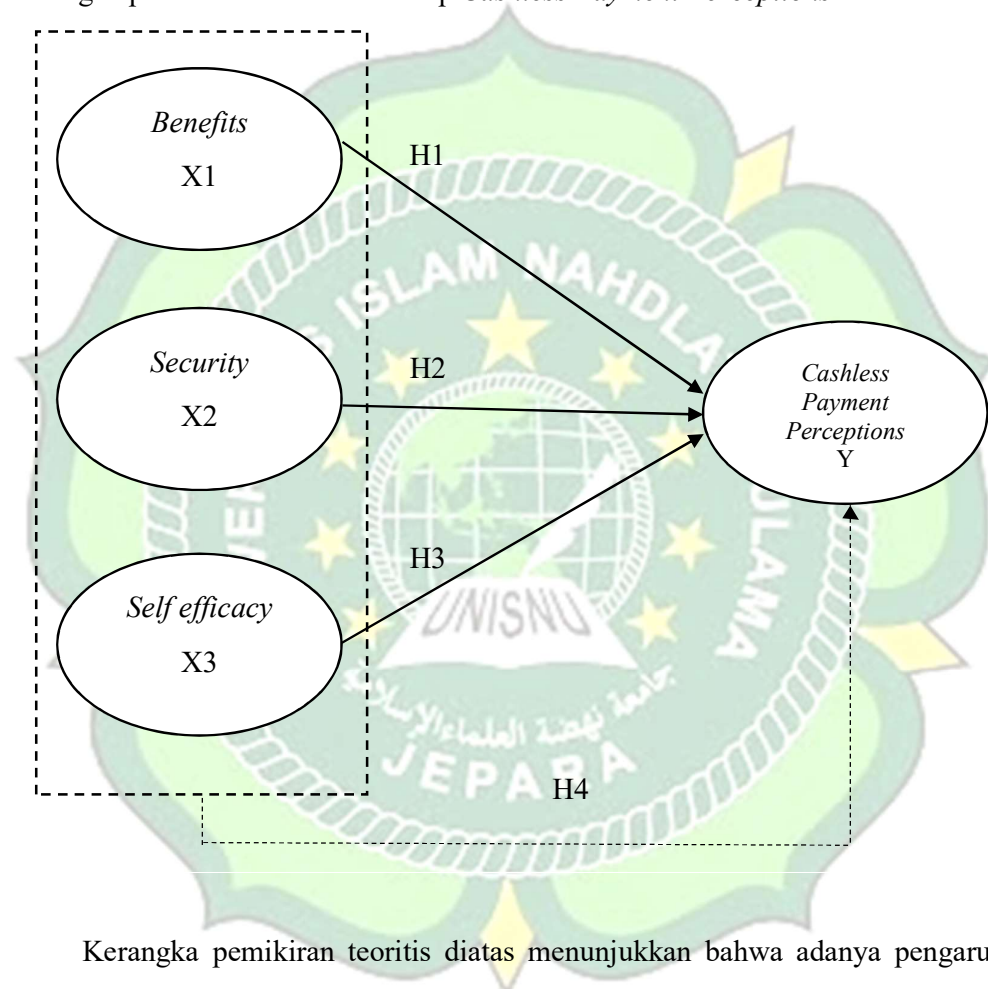
Sumber: (Radiansyah, 2016), (Ariyani, 2017), (Efendi, 2017), (Swasti, 2017), (Diana, 2018), (Pratiwi & Dewi, 2018), (Rajanna, 2018), (Suwandi & Azis, 2018), (Tan et al., 2019), (Ramadhan et al., 2016).

Berdasarkan Tabel II.1, telah dipilih beberapa variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut adalah *benefits*, *security* dan *self efficacy* sebagai variabel independen atau variabel bebas. Sedangkan variabel *cashless payment perceptions* sebagai variabel dependen atau terikat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu ada pada obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini digunakan obyek masyarakat Jepara yang pernah melakukan transaksi non tunai. Untuk variabel-variabel yang digunakan masih sama dengan penelitian terdahulu.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini akan menunjukkan hubungan antara variabel independen yang terdiri dari *benefits*, *security*, *self efficacy* terhadap variabel dependen yaitu *Cashless Payment Perceptions*. Berikut adalah skema kerangka pemikiran teoritis terhadap *Cashless Payment Perceptions*:



Kerangka pemikiran teoritis diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara ketiga variabel yaitu *Benefits*, *Security*, dan *Self efficacy* terhadap *Cashless Payment Perceptions*.

2.4 Perumusan Hipotesis

2.4.1. *Benefits* terhadap *Cashless Payment Perceptions*

Benefits memiliki definisi yaitu mampu digunakan secara menguntungkan (Davis, 1989). Koefisien regresi dari benefit adalah sebesar 0.404, positif berpengaruh pada *digital payment perception* (Tan et al., 2019). Kemudian hasil penelitian milik (Pratiwi & Dewi, 2018) menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis deskriptif, tanggapan dari responden memperlihatkan bahwa variabel *benefits* secara keseluruhan termasuk dalam kategori tinggi atau baik. Hal ini terlihat dari persentase total nilai rata-rata variabel sebesar 78,75 persen. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi penggunaan *e-payment* adalah *benefits*, diikuti oleh *ease of use*, dan *trust* (Hidayanto et al., 2015). Sehingga hipotesis pertama yang akan diuji adalah:

H1 : *Benefits* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Perceptions*

2.4.2. *Security* terhadap *Cashless Payment Perceptions*

Security adalah serangkaian prosedur, mekanisme, dan program komputer untuk mengautentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan. *Security* berkesinambungan dengan bagaimana *e-payment* dapat melindungi transaksi konsumen (Junadi & Sfenrianto, 2015).

Security bergantung pada informasi yang sesuai, yaitu tentang keamanan yang dipertanyakan, nilai atau minat mana yang harus diamankan, risiko atau

ancaman apa yang diajukan dan siapa yang paling tepat untuk dilindungi dan melindungi (Powell, 2012).

Penelitian terdahulu mengenai *security* telah dilakukan beberapa peneliti diantaranya ada Tan et al. (2019), Suwandi & Azis (2018), dan Swasti (2017) ketiganya menunjukkan bahwa *security* berpengaruh positif terhadap *cashless payment perceptions*. Maka hipotesis kedua yang akan diuji adalah:

H2 : *Security* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Perceptions*

2.4.3. *Self efficacy* terhadap *Cashless Payment Perceptions*

Self efficacy adalah suatu keyakinan maupun kepercayaan mengenai kemampuan individu untuk melakukan suatu tugas, pengorganisasian, mencapai suatu tujuan, dan menghasilkan sesuatu untuk kemudian diimplementasikan kedalam sebuah tindakan untuk menampilkan suatu keterampilan tertentu (Sholicha, 2017).

Keyakinan semacam *self efficacy* dikembangkan sebagai respon terhadap empat sumber informasi, yaitu pengalaman sebelumnya, pengalaman perwakilan, persuasi verbal, dan keadaan afektif (Pratiwi & Dewi, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu *self efficacy* menunjukkan hasil berpengaruh terhadap *fintech consumers' perceptions* (Tan et al., 2019). *Self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen mengenai *e-payment* (Octavia & Hafizh, 2019). Oleh karena itu hipotesis ketiga yang akan diuji adalah:

H3 : *Self efficacy* berpengaruh positif terhadap *Cashless Payment Perceptions*