

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pembahasan pada bab ini akan menyajikan tinjauan pustaka sebagai landasan kerangka pemikiran dan hipotesis. Dalam melaksanakan penelitian sebuah pemahaman tentang penelitian yang akan dilakukan dinilai sangat penting. Sehingga dalam pembahasan permasalahan mengenai Pengaruh Keamanan, Bonus dan Insentif, Infrastruktur Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Pengguna *E-Wallet* membutuhkan teori yang relevan dengan penelitian.

2.1.1 Fintech (*Financial Technology*)

2.1.1.1 Pengertian *Financial Technology*

Financial Technology adalah suatu industri yang menggunakan teknologi dalam layanan keuangan yang menciptakan berbagai inovasi agar dapat menyediakan layanan keuangan diluar lembaga keuangan yang sifatnya konvensional agar masyarakat mendapatkan kemudahan dalam mengakses produk keuangan dalam melakukan transaksi. Secara sederhana *Fintech* dapat diartikan sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi yang mempunyai potensi untuk meningkatkan layanan keuangan.

Bank Indonesia mendefinisikan *Fintech* sebagai fenomena perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan yang mengubah model dan penghalang model keuangan yang lemah. Hal tersebut bertujuan mengarahkan pada peningkatan pemain dalam dalam menjalankan layanan dan meningkatkan inklusi keuangan. *Fintech* merupakan salah satu yang mewakili industri baru yang menggabungkan

semua inovasi di bidang jasa keuangan yang telah dilakukan melalui perkembangan baru pada teknologi. *Fintech* didedikasikan untuk sektor jasa keuangan yang sedang berkembang untuk memanfaatkan seluruh teknologi yang digunakan dalam industri jasa keuangan dan bukan hanya inovasi baru. Bank Indonesia *Fintech* diatur pada Pasal 1 angka 1 peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial bahwa teknologi finansial adalah pengguna teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk layanan, teknologi dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan efisiensi, keamanan, kelancaran, dan kendala sistem pembayaran.

Pembahasan *Fintech* ialah mengenai teknologi keuangan yang berbasis internet yang dapat menggeser posisi transaksi keuangan tradisional menjadi uang digital. Tujuan utama *Fintech* adalah untuk mengurangi biaya infrastruktur bagi Lembaga keuangan, yang tidak memerlukan jaringan, cabang atau karyawan dalam jumlah banyak untuk melayani semua jenis perusahaan. *Fintech* juga membantu memaksimalkan penggunaan teknologi untuk mengubah dan mempercepat berbagai aspek layanan keuangan yang berbasis digital. *Fintech* saat ini sangat berguna bagi berbagai kegiatan pelayanan keuangan oleh semua kalangan, inovasi yang diciptakan *Fintech* berfungsi dalam berbagai segmen, baik itu *business to business* hingga *business to customer*.

2.1.1.2 Regulasi *Fintech*

Dasar hukum penyelenggaraan *Fintech* dalam sistem pembayaran di Indonesia dikeluarkan oleh Bank Indonesia, yaitu:

1. Peraturan Bank Indonesia No. 18/20/PBI/2016 mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.
2. Surat edaran Bank Indonesia No. 18/22/DSKP mengenai penyelenggaraan layanan keuangan digital.
3. Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 mengenai Uang elektronik.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mempunyai peran untuk mengontrol maupun memantau industri serta melindungi seluruh nasabah dengan mengeluarkan regulasi baru yakni aturan OJK no. 13/POJK.02/2018 mengenai inovas keuangan digital (IKD) pada sektor jasa keuangan. Peraturan ini diterbitkan karena pesatnya kemajuan teknologi pada industri keuangan digital yang tidak dapat diabaikan serta perlu di kendalikan agar bisa memberikan kemanfaatan besar untuk keuntungan masyarakat.

2.1.1.3 Jenis – Jenis *Fintech*

OJK (2019) menyebutkan terdapat beberapa jenis *Fintech* yang sedang berkembang dan memberikan solusi finansial bagi masyarakat, yaitu:

1. *Crowdfunding*

Crowdfunding atau penggalangan dana merupakan salah satu dari model *Fintech* yang ada di Indonesia. Dengan menggunakan jenis *fintech* ini, masyarakat atau pengguna dapat menggalang dana atau melakukan donasi untuk sebuah program sosial yang sedang diusung. Salah satu contoh *start up* dengan model ini adalah Kitabisa.com

2. *Microfinancing*

Microfinancing merupakan layanan fintech yang menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat kelas menengah kebawah untuk membantu kehidupan dan keuangan keseharian mereka. Model *Fintech* ini berfungsi sebagai perantara dengan menyalurkan secara langsung modal usaha dari pemberi pinjaman ke calon peminjam. *Microfinancing* dirancang agar *return* bernilai kompetitif bagi pemberi pinjaman, namun tetap *attainable* bagi peminjam. Salah satu contoh *start up* pada bidang ini yaitu Amarnya yang menghubungkan pengusaha mikro di desa dengan pemodal secara online.

3. *P2P Lending Service*

Jenis *Fintech* ini merupakan model *fintech* yang memberikan jasa pinjaman uang secara online. Konsumen dapat meminjam uang dengan mudah tanpa harus menyertakan persyaratan yang rumit seperti di bank. *P2P Lending Service* nantinya akan menyeleksi dan menyetujui pinjaman dana oleh peminjam. Contohnya yaitu Danamas, investree, Danasyariah, yang merupakan *start up* yang memberikan layanan cicilan digital dengan aman dan mudah.

4. Pinjaman Online

Pinjaman *online* adalah *Fintech* yang perkembangannya sangat pesat. Pasalnya *fintech* ini memungkinkan masyarakat untuk mengajukan pinjaman secara mudah dan cepat. Bahkan syarat pengajuan pun bisa dikatakan lebih mudah dibanding mengajukan kepada lembaga perbankan konvensional. Perbedaan pinjaman online dan *P2P Lending service* adalah sumber dana P2P berasal dari orang-orang yang memang memiliki dana yang ingin dikembangkan untuk

mendapatkan keuntungan. Selain itu, pengajuan pinjaman di pinjaman online pun lebih mudah dibanding *P2P Lending Service*. Sedangkan sumber dana pinjaman online yaitu bisa saja dari perorangan atau suatu perusahaan. Pinjaman online diberikan dan dikelola langsung oleh platform layanan keuangan atau perbankan digital. Mereka bertugas sebagai pemberi dana pinjaman, sekaligus melaksanakan seluruh proses seleksi hingga persetujuan. Contoh *start up* pada *fintech* ini yaitu Kredivo, AkuLaku.

5. *Digital Payment System*

Jenis *fintech* ini memberikan layanan berupa pembayaran secara digital untuk beberapa tagihan, yaitu seperti pulsa & pascabayar, kartu kredit atau token listrik PLN. Jenis *fintech* ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran suatu produk secara digital atau online. Bisa melalui *smartphone*, tablet, ataupun PC yang terkoneksi dengan internet. Dengan menggunakan jenis *fintech* ini, dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pembayaran karena tidak harus datang ke tempat yang dituju untuk melakukan pembayaran. Adapun contohnya adalah platform penyedia layanan pembayaran tagihan utilitas, uang elektronik, *e-wallet*. Contoh *start up* pada jenis *fintech* ini yaitu Dana, LinkAja, GoPay, OVO, Shopepay.

6. *Market Comparison*

Jenis *fintech* ini memberikan layanan yang dapat membandingkan macam-macam produk keuangan yang disediakan oleh penyedia jasa keuangan. Dalam hal ini, *fintech* berperan sebagai perencanaan finansial yang membantu

pengguna mendapat beberapa pilihan investasi untuk kebutuhan di masa depan.

Contoh *start up* pada jenis *fintech* ini adalah Bareksa, Cekpremi, Rajapremi.

2.1.2 Keamanan

2.1.2.1 Pengertian Keamanan

Keamanan adalah suatu proses untuk menjaga dari berbagai risiko yang akan muncul agar berada di pada tingkatan yang masih bisa diterima. Keamanan informasi adalah Upaya untuk menjaga dan melindungi informasi dan elemen – elemen penting yang terdapat didalamnya, bisa berupa sistem atau perangkat keras yang digunakan untuk menyimpan dan mengirimkan informasi. Terkait dengan informasi juga terdapat konsideran berupa privasi informasi yaitu privasi sebagai hak asasi manusia, privasi sebagai komoditas, privasi sebagai keadaan akses terbatas, dan privasi sebagai kemampuan untuk mengendalikan informasi tentang diri sendiri. Terdiri dari banyak hal yang harus dilindungi oleh setiap orang untuk mengamankan informasi yang dimiliki masing – masing. Keamanan informasi umumnya berfokus pada perlindungan dalam hal kerahasiaan, integritas dan ketersediaan informasi, kesadaran keamanan informasi berkaitan dengan penggunaan program kesadaran keamanan untuk menciptakan dan memelihara perilaku keamanan yang positif sebagai elemen penting dalam lingkungan keamanan informasi yang efektif. Dengan adanya kesadaran keamanan informasi yang diterapkan Ketika menggunakan *e-wallet* dapat mengurangi risiko ancaman yang bisa terjadi pada pengguna.

Definisi keamanan bertransaksi atau *security* menurut pendapat Park dan Kim ialah kemampuan dari pengelola aplikasi untuk melakukan perlindungan serta

penjagaan keamanan bertransaksi atau atas transaksi data. Tujuan adanya sebuah sistem keamanan adalah untuk mencegah, menanggulangi serta melindungi berbagai sistem informasi dari risiko terjadinya Tindakan illegal. Keamanan transaksi online adalah bagaimana bisa menghindari agar tidak terjadi penipuan atau dapat mengetahui adanya penipuan pada sistem berbasis informasi tersebut.

Menurut (Amroso and Magnier-Watanabe 2012) keamanan dari *e-wallet* adalah sebagai sejauh mana pelanggan percaya bahwa menggunakan cara pembayaran tertentu melalui aplikasi seluler akan tetap aman. Dapat diartikan bahwa keamanan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam suatu proses transaksi karena berhubungan dengan adanya data yang penting seperti pengamanan data agar tidak terjadi keasalahan pada data, informasi identitas, dan kepercayaan juga berpengaruh antar pengguna *e-wallet*. Keamanan pun perlu memperhatikan berbagai aspek seperti otentikasi yaitu keaslian dari data, verifikasi informasi yaitu ketepatan sebuah data, dan keamanan data.

Alat pembayaran non tunai yaitu seperti *E-wallet* pastinya mempunyai risiko yang berkaitan langsung dengan keamanan yang bisa berbentuk pencurian, duplikat dari kartu asli, manipulasi data dan lain sebagainya. Minat seseorang untuk menggunakan teknologi pastinya tidak terlepas dari keamanan terhadap sistem informasi. Untuk menarik minat konsumen salah satu caranya adalah bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka tingkat keamanan sistem tersebut juga harus diprioritaskan. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem maka semakin rendah terjadinya risiko dalam penggunaan, sehingga menyebabkan konsumen atau pengguna lebih bersedia untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.1.2.2 Aspek Keamanan Teknologi Informasi

Aspek yang dapat digunakan untuk menentukan keamanan sebuah teknologi informasi adalah, sebagai berikut:

1. *Privacy/Confidentiality*

Pada hal ini berkaitan dengan kemampuan sistem menjaga kerahasiaan data dan informasi yang tersimpan didalamnya. Inti aktivitas pada hal ini yaitu proses untuk melindungi informasi dari pihak yang tidak bertanggung jawab untuk mengaksesnya.

2. *Integrity*

Aspek ini berkaitan dengan kemampuan sistem untuk menjaga keutuhan dan aslian data dan informasi. Hal ini dapat diartikan bahwa suatu informasi tidak boleh diubah tanpa izin dari pemiliknya.

3. *Authentication*

Aspek ini terkait dengan metode untuk membuktikan jika informasi itu memang asli. Dan menjaga keaslian suatu informasi dan data yang dimiliki individu. Orang yang mengakses memang orang yang dimaksud, atau server yang dihubungi memang server yang asli.

4. *Availability*

Aspek ini berkaitan dengan ketersediaan sistem dapat diakses dan selalu tersedia oleh pengguna terdaftar. Hal ini juga berkaitan dengan tersedianya informasi saat diperlukan. Sistem informasi yang diserang atau dijebol bisa memperlambat dan meniadakan akses kepada informasi tersebut.

5. *Accses Control*

Aspek ini berkaitan dengan cara pengaturan akses kepada informasi yang terkait dengan penggolongan data (umum, pribadi, rahasia, dan sangat rahasia), pengguna (tamu, admin, manajer puncak, dan lain sebagainya).

6. *Non-Repudation*

Aspek ini menjaga agar seseorang tidak bisa melakukan penyanggahan telah melaksanakan aktivitas transaksi. Memuat bukti telah melakukan transaksi.

2.1.2.3 Indikator Keamanan

Menurut Ika Putera Waspada (2012) Tingkat keamanan dapat diukur menggunakan indikator, seperti:

1. Tidak khawatir dan merasa aman dalam memberikan informasi
2. Kepercayaan dan keyakinan bahwa informasi dilindungi.
3. Kepercayaan dan keyakinan bahwa keamanan uang dalam sistem elektronik terjamin pada saat transaksi.

Menurut Ananda (2009) mengemukakan bahwa persepsi keamanan terdapat tiga indikator, yaitu:

1. Aman
Pengguna sistem baru yang aman digunakan bagi penggunanya
2. Risiko hilangnya data informasi pribadi kecil
Pengguna sistem baru memperkecil risiko hilangnya data pengguna
3. Risiko pencurian data kecil

Kondisi dimana saat pengguna menggunakan sistem baru risiko yang diterima akan pencurian data kecil

4. Terjamin kerahasiaannya

Penggunaan sistem pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan terjamin kerahasiaannya.

Sedangkan menurut Casalo (dalam Zahid et al. 2010) indikator keamanan yaitu sebagai berikut

1. Rahasia data terjaga

Pengguna sistem baru dapat membuat data pelanggan aman dan terjaga

2. Keselamatan

Suatu kondisi dimana pelanggan merasa aman dan selamat saat menggunakan sistem baru (*E-wallet*)

3. Privasi online terjaga

Kepercayaan pelanggan terhadap pemakaian sistem pembayaran dan privasi online dapat terjaga dengan aman

4. Keaslian data

Keaslian data yang digunakan dalam sistem pembayaran terjamin kebenarannya

2.1.3 Infrastruktur Keuangan

Infrastruktur keuangan merujuk pada beberapa elemen dan sistem yang terbentuk sebagai dasar ekonomi dan keuangan suatu negara atau wilayah. Infrastruktur keuangan Indonesia mencakup lembaga keuangan, regulator, peraturan, dan instrumen keuangan yang digunakan dalam perekonomian dan

aktivitas di Indonesia. Secara umum, infrastruktur keuangan Indonesia terdiri dari komponen-komponen sebagai berikut:

1. Bank Indonesia

Bank Indonesia berperan dalam sistem pembayaran tunai maupun non tunai. Sistem pembayaran merupakan seperangkat aturan, Lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pembayaran (kegiatan ekonomi). Pada sistem pembayaran non-tunai, instrument yang digunakan berupa Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), cek, bilyet giro, nota debit, maupun uang elektornik (*card based* dan *server based*).

Bank Indonesia sebagai penyelenggara kegiatan *settlement* transaksi melalui Sistem Bank Indonesia *Real Time Gross Settlement* (BI-RTGS), Sitem kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI), dan Bank Indonesia *Scriptless Securities Settlement System* (BI-SSSS) juga terus berupaya memperbaiki dan memperbaharui mekanisme sistem yang ada agar selalu efisien, aman, dan sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan Masyarakat yang selalu berkembang.

Bank Indonesia (BI) telah merancang dan memprogramkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 agustus 2014 yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, yang pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT dirancang agar meminamlisir kendala dalam pembayaran tunai seperti uang tidak diterima karena lusuh/sobek dan meningkatkan efisien saat transaksi dimana Masyarakat tdak perlu membawa uang dalam jumlah

besar. Dengan demikian dapat, dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau human error. Pada saat ini GNNT dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*. Seiring dengan upaya meningkatkan GNNT, BI menyadari bahwa sistem pembayaran perlu beradaptasi dengan hadirnya teknologi digital. Untuk itu, BI telah menerbitkan blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang bertujuan integrasi ekonomi keuangan digital nasional, digitalisasi perbankan, interlink antara Fintech dengan perbankan, keseimbangan antara inovasi dengan consumers protection, integritas dan stabilitas, serta persaingan usaha yang sehat dan kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar negara. Blueprint SPI mendukung digitalisasi perbankan sebagai Lembaga utama dalam ekonomi keuangan digital, baik melalui open banking maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.

Bank Indonesia telah meluncurkan standar *Quick Response (QR) Code* untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik *server based* dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut *QR Code Indonesian Standard (QRIS)* pada tahun 2019, dan berlaku efektif secara nasional di tahun 2020. Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025

Perubahan penggunaan instrument dari tunai menjadi nontunai memiliki banyak keuntungan yaitu efisiensi dalam *cash handling*, praktis, akses lebih luas, transparansi transaksi, dan identifikasi perencanaan ekonomi yang lebih akurat.

2. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran krusial dalam pelaksanaan *e-wallet* di Indonesia. OJK bertanggung jawab mengawasi dan mengatur sektor keuangan, termasuk layanan pembayaran elektronik. Peran OJK dalam pelaksanaan *e-wallet* mencakup:

- 1) Regulasi, OJK mengeluarkan peraturan dan pedoman yang mengatur operasional *e-wallet* untuk memastikan keamanan, stabilitas, dan perlindungan konsumen.
- 2) Lisensi dan pengawasan, OJK memberikan lisensi kepada penyelenggara *e-wallet* setelah memastikan bahwa mereka memenuhi standar yang ditetapkan. Selanjutnya, OJK melakukan pengawasan rutin untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan.
- 3) Perlindungan konsumen, OJK bertanggung jawab untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen yang menggunakan *layanan e-wallet*, termasuk menanggapi aduan dan memastikan penyedia *e-wallet* mematuhi standar etika bisnis.
- 4) Pengembangan inovasi, OJK berperan dalam mendorong inovasi dalam sektor *e-wallet*, sejalan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen, namun tetap memastikan keamanan dan stabilitas sektor keuangan.

Dengan peran ini, OJK berusaha menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan *e-wallet* dan juga menjaga kestabilan dan kepercayaan dalam sistem keuangan nasional

3. Sektor Perbankan

Sektor perbankan memiliki peran penting dalam penyelenggaraan *e-wallet* di Indonesia, yaitu mencakup aspek:

- 1) **Infrastuktur keuangan**, bank berperan menyediakan infrastruktur keuangan yang kokoh dan dapat mendukung operasional *e-wallet*. Seperti, jaringan transaksi, kliring, dan penyelesaian pembayaran yang membantu *e-wallet* beroperasi dengan efisien.
- 2) **Pendanaan dan investasi**, bank dapat memberikan sumber pendanaan dan investasi untuk mendukung pengembangan, inovasi dan ekspansi pelayanan. Mencakup modal awal, pinjaman, atau investasi langsung.
- 3) **Kolaborasi dengan penyedia layanan keuangan**, bank dapat berkolaborasi dengan penyelenggara *e-wallet* untuk menyediakan layanan terkait, seperti pengelolaan rekening bank terkait dengan *e-wallet* atau integrasi keuangan lainnya.
- 4) **Integrasi dengan sistem perbankan**, kolaborasi dengan bank memungkinkan integrasi yang lebih baik antara *e-wallet* dengan sistem perbankan. Mencakup transfer, pengecekan saldo, atau layanan perbankan lainnya yang dapat diakses melalui *e-wallet*.

4. Pasar Keuangan

Pasar keuangan berperan dalam penyelenggaraan *e-wallet* yaitu mencakup:

- 1) **Pendanaan dan investasi**, pasar keuangan menyediakan sumber pendanaan dan investasi yang krusial untuk pengembangan, inovasi, dan ekspansi

penyelenggaraan *e-wallet*. Melalui penerbitan saham, Obligasi atau investasi langsung, *e-wallet* dapat mendukung finansial.

- 2) Kemitraan strategis, *e-wallet* dapat menjalin kemitraan strategis dengan Lembaga keuangan dan entitas lainnya di pasar keuangan untuk meningkatkan cakupan layanan, memperluas jaringan mitra, dan memberikan nilai tambah kepada pengguna.
- 3) Analisis data dan kecerdasan buatan, pasar keuangan menyediakan alat analisis data dan kecerdasan buatan yang dapat membantu penyelenggara *e-wallet*, memahami perilaku pengguna, meningkatkan personalisasi layanan dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

5. Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Peran Lembaga Keuangan Bukan Bank dalam penyelenggaraan *e-wallet* mencakup:

- 1) Penyedia layanan keuangan tambahan, LKBB dapat menyediakan layanan keuangan tambahan yang terintegrasi dengan *e-wallet*, seperti pinjaman mikro, asuransi atau manajemen investasi. Ini memperkaya ekosistem *e-wallet* dan memberikan nilai tambah pada pengguna.
- 2) Kolaborasi dengan *fintech*, banyak LKBB menjalin kemitraan dengan Perusahaan *fintech* untuk meningkatkan pelayanan e-wallet. Ini mencakup pengembangan teknologi, peningkatan infrastruktur, penyedia layanan tambahan.

- 3) Pendukung ekosistem digital, LKBB memainkan peran dalam mendukung pertumbuhan ekosistem digital lebih luas. Ini mencakup integrasi dengan layanan *e-commerce*, penyedia transportasi, dan sektor lainnya.

6. *Financial Technology (Fintech)*

Financial Teknologi (Fintech) memiliki peran kunci dalam penyelenggaraan *e-wallet* melalui aspek penting yaitu:

- 1) Inovasi pembayaran digital, *Fintech* membawa inovasi ke dalam desain dan fungsionalitas *e-wallet*. *Fintech* mengembangkan *QR Code*, teknologi NFC, dan Solusi pembayaran yang lebih efisien.
- 2) Pengembangan Aplikasi dan *Platform*, Banyak perusahaan *fintech* adalah pengembang utama aplikasi dan *platform e-wallet*. Mereka mendesain antarmuka yang *user-friendly* dan berinovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna.
- 3) Keamanan Transaksi, *Fintech* sering menjadi pionir dalam pengembangan solusi keamanan untuk transaksi digital. Mereka mengintegrasikan enkripsi tingkat tinggi, otentikasi dua faktor, dan teknologi keamanan lainnya untuk melindungi data dan transaksi *e-wallet*.
- 4) Layanan Finansial Inovatif, *Fintech* tidak hanya terbatas pada pembayaran digital, tetapi juga mencakup pengembangan layanan finansial inovatif, seperti pinjaman *peer-to-peer (P2P)*, investasi mikro, dan asuransi digital yang dapat diakses melalui *e-wallet*.
- 5) Integrasi dengan API Terbuka, *Fintech* mendukung *integrasi e-wallet* dengan berbagai layanan finansial lainnya melalui API terbuka. Hal ini

memungkinkan *interoperabilitas* dengan sistem perbankan dan layanan keuangan lainnya.

- 6) Pendekatan *Agregator Layanan Keuangan*, Beberapa *fintech* berperan sebagai agregator layanan keuangan, menggabungkan berbagai layanan dalam satu platform *e-wallet*, termasuk pembayaran tagihan, pembelian tiket, dan layanan non-keuangan lainnya.

2.1.3.1 Indikator Infrastruktur Keuangan

Adapun indikator dari Infrastruktur Keuangan, yaitu:

1. Lembaga keuangan bank
2. Regulator
3. Pasar Keuangan
4. Lembaga keuangan bukan bank
5. *Fintech*

2.1.4 Bonus dan Insentif

Insentif adalah bentuk penghargaan atau keuntungan yang diberikan kepada seseorang sebagai dorongan atau motivasi untuk melakukan tindakan tertentu. Tujuannya yaitu untuk mendorong perilaku yang diinginkan, seperti penggunaan *e-wallet* layanan tertentu. Insentif merupakan bentuk keuntungan atau hadiah yang diberikan sebagai dorongan atau motivasi untuk mendorong perilaku tertentu dari pelanggan. Insentif cenderung lebih terfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mendorong pelanggan terus menerus.

Sedangkan bonus adalah bentuk keuntungan atau hadiah tetapi lebih terkait dengan penghargaan langsung atau imbalan finansial sebagai hasil dari suatu tindakan atau transaksi. Bonus bertujuan untuk meningkatkan penggunaan *e-wallet*, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memberikan nilai tambah kepada pengguna.

Dalam konteks *e-wallet*, bonus dan insentif seringkali diberikan untuk merangsang atau meningkatkan pengguna layanan tersebut. Bonus bisa berupa *Cashback*, *diskon*, atau keuntungan finansial lainnya, sedangkan insentif dapat mencakup reward poin, program loyalitas, atau promosi khusus. Tujuan utama adalah mendorong pelanggan untuk lebih aktif menggunakan *e-wallet*, meningkatkan resistensi pelanggan, dan menarik pengguna baru. Strategi pemberian insentif dan bonus saling melengkapi untuk mencapai tujuan pemasaran dan retensi pelanggan.

2.1.4.1 Jenis – Jenis Insentif

1. Reward Poin

Reward adalah poin penghargaan untuk pembelian pelanggan. Perusahaan memberikan imbalan terkait dengan produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan. Jenis program loyalitas ini digunakan saat perusahaan ingin memperoleh konsumen baru dan membedakan merek dari pesaing. Poin tersebut dapat ditukarkan dengan imbalan. Poin adalah konsep untuk mengikat konsumen dalam jangka waktu yang lama. Setiap kali melakukan transaksi, maka pelanggan akan diberikan sejumlah poin yang nantinya dapat ditukarkan dengan beragam imbalan. Poin yang diberikan tidak ada aturan baku tentang satuan nominalnya. Biasanya, semakin besar nilai sebuah

transaksi, maka akan besar juga poin yang didapatkan konsumen. Selain besaran nilai transaksi, biaya frekuensi transaksi juga menentukan besaran poin yang didapatkan.

2. Program Loyalitas / Program layanan khusus (*Privilege Program*)

Program yang memberikan keuntungan khusus bagi pengguna yang secara konsisten menggunakan *e-wallet*, seperti diskon tambahan atau akses ke promosi *eksklusif*. Layanan khusus konsumen dapat dijalankan melalui *privilege* program. Saat ini konsumen akan senang ketika sebuah merek dapat memahami mereka. Di era pemasaran yang kian horizontal, inklusif dan sosial, konsumen semakin ingin dilibatkan dan dianggap teman oleh perusahaan. Melalui program ini, konsumen kian menjadi bagian dari keluarga perusahaan. Perusahaan dapat memperlakukan konsumen dengan lebih spesial, contoh yaitu layanan khusus bagi konsumen yang sudah lama menggunakan produk perusahaan tersebut.

3. Level keanggotaan

Sistem dengan tingkatan keanggotaan yang memberikan insentif tambahan kepada pengguna yang mencapai tingkat atau volume transaksi tertentu.

4. Diskon tambahan untuk pengguna setia

Pengguna yang telah menggunakan *e-wallet* dalam periode waktu tertentu dapat mendapatkan diskon tambahan atau keuntungan lain sebagai apresiasi.

5. Program *referral*

Insentif diberikan kepada pengguna yang berhasil mereferensikan e-wallet kepada orang lain, misalnya dengan memberikan bonus saat *referral* melakukan transaksi pertama.

6. Promo tertentu untuk anggota / Keanggotaan (Membership)

Perusahaan menggunakan sistem keanggotaan untuk menawarkan beberapa keuntungan bagi konsumen. Program keanggotaan ini memberikan manfaat, baik konsumen maupun perusahaan. Manfaat yang diperoleh konsumen, yaitu mendapatkan layanan gratis untuk program tertentu yang digelar perusahaan dan mendapat perlakuan khusus untuk servis yang tidak bisa dinikmati konsumen diluar anggota. Keuntungan program keanggotaan bagi perusahaan yaitu mengetahui data konsumen. Perusahaan dapat mengetahui perilaku konsumen sehingga dapat memberikan layanan lebih baik agar pelanggan menjadi lebih loyal. Program keanggotaan ini mengusung relasi mutualisme yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen, termasuk juga dengan pihak ketiga yang diajak kolaborasi dari sistem keanggotaan tersebut.

7. Bonus ulang tahun

Memberikan insentif atau kejutan spesial kepada pengguna saat memasuki hari ulang tahun mereka.

8. Cashback meningkat

Meningkatkan persentase cashback atau insentif finansial lainnya sering dengan peningkatan pengguna atau pencapaian target tertentu.

9. Promo khusus untuk transaksi tertentu

Insentif untuk transaksi atau pembelian khusus, seperti diskon untuk pembayaran tagihan, belanja partner tertentu atau transaksi di waktu tertentu.

2.1.4.2 Jenis – Jenis Bonus

1. *Cashback*

Cashback merupakan sebuah penawaran dalam bentuk pengembalian, baik uang tunai maupun uang *virtual*. Biasanya, bentuk penawaran diberikan dalam presentase dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang sudah ditentukan. Promosi *cashback* biasanya tidak dalam bentuk uang fisik yang langsung diberikan kepada pembeli, melainkan dalam bentuk deposit atau saldo uang elektronik. Saat ini *cashback* sedang gencar dilakukan oleh para pelaku sistem pembayaran elektronik. *Cashback* dinilai berpengaruh terhadap psikologi pembeli, khususnya pembeli yang senang dengan potongan harga. Promo *cashback* digunakan agar pembeli dapat melakukan pembelian kembali dengan deposit tersebut. *Cashback* juga digunakan oleh perusahaan untuk mengedukasi konsumen atau mengampanyekan produk/sistem layanan barunya. Dengan program ini, konsumen diharapkan mengenal, memakai, dan mendapatkan manfaat dari produk atau layanan baru tersebut. Keuntungan yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen dari *cashback* adalah harga menjadi lebih murah dan dapat menghemat.

2. Diskon transaksi

Diskon merupakan pengurangan harga yang diberikan penjual untuk pelanggan pada saat membeli produk dengan jumlah yang lebih banyak. Program ini masih banyak diminati oleh konsumen saat ini. Perusahaan harus memiliki strategi diskon yang tepat serta tidak asal memberikan diskon. Konsumen akan cukup hitung-hitungan untuk menggunakan produk/jasa yang mereka butuhkan. Contohnya yaitu Potongan harga atau diskon langsung saat melakukan pembayaran menggunakan *e-wallet*.

3. Bonus *top-up*

Top-up e-wallet adalah kegiatan pengisian saldo berdasarkan kebutuhan. Bonus *top-up* dapat diperoleh ketika pelanggan melakukan *top-up* pada *e-wallet* tersebut dan mendapatkan Insentif tambahan.

4. Bonus pendaftaran

Hadiah atau diskon khusus untuk pengguna yang baru mendaftar dan menggunakan *e-wallet*.

5. Promo spesial

Penawaran bonus atau diskon untuk transaksi pada waktu atau tempat tertentu, seperti saat ada promosi khusus.

6. Bonus transaksi rutin

Hadiah atau insentif tambahan untuk pengguna yang secara rutin melakukan transaksi menggunakan *e-wallet*.

2.1.4.3 Indikator Bonus dan Insentif

Adapun indikator dari Bonus dan Insentif adalah:

1. Penghargaan dan Hadiah
2. Program Loyalitas
3. Diskon dan Cash back
4. *Reward Poin*
5. Program referal

2.1.5 Literasi Keuangan

2.1.5.1 Pengertian Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan literasi keuangan merupakan suatu rangkaian proses dan aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan seluruh masyarakat sehingga mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Seseorang dengan pengetahuan dan pemahaman tentang lembaga, produk dan jasa keuangan, serta memahami fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban dari suatu produk jasa keuangan dapat membentuk sebuah keterampilan dalam menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dalam upaya mencapai kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan.

Definisi lainnya menurut Kharchenko (2011) bahwa literasi keuangan adalah sebuah keterampilan numerik yang diperlakukan dan pemahaman terhadap konsep dasar ekonomi yang dibutuhkan untuk mendidik dalam keputusan menyimpan dan meminjam. Lebih lanjut Mendari & Kewal (2014) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan.

Menurut (Safryani, aziz dan Triwahyuningtyas,2020) literasi keuangan adalah rencana jangka pendek dan jangka panjang yang didasarkan pada pengetahuan keuangan dan konsep keuangan umum yang terkait dengan penggunaan instrumen keuangan, pengelolaan keuangan individu, dan lembaga keuangan.

Literasi keuangan adalah pemahaman dan pengetahuan seseorang mengenai konsep-konsep keuangan dan termasuk memahami tentang manajemen keuangan dan pemahaman terhadap instrumen keuangan. Literasi keuangan membantu individu membuat keputusan keuangan yang cerdas dan menyadari risiko serta peluang yang terkait dengan pengelolaan keuangan pribadi mereka.

Literasi keungan sangat erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan setiap individu maka akan semakin baik juga manajemen keuangan individu itu tersebut. Manajemen keuangan pribadi merupakan salah satu aplikasi konsep manajemen keuangan pada level individu. Manajemen keuangan yang meliputi aktivitas perencanaan, pengelolaan dan pengendalian keuangan, sangatlah penting untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Oseifuah (2010) dan Wise (2013) menyebutkan beberapa elemen kunci dari kemampuan dan pengetahuan literasi keuangan, yaitu : (1) pengetahuan matematis dan pengetahuan standar seperti angka dasar dan kemampuan dalam memahami; (2) pemahaman keuangan mengenai sifat dasar dan bentuk uang, bagaimana uang digunakan dan konsekuensi dari keputusan konsumsi; (3) kompetensi keuangan seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar

keuangan, sikap dalam menggunakan uang dan tabungan, memahami pencatatan keuangan dan menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya; (4) sadar akan risiko-risiko yang berhubungan antara risiko dengan pendapatan; dan (5) tanggung jawab keuangan, yaitu kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai isu-isu keuangan, mengetahui hak dan tanggung jawab konsumen, kemampuan, dan kepercayaan untuk mencari bantuan ketika sesuatu berjalan tidak semestinya.

Menurut Ferdiani (2022) mencakup tiga poin penting dalam literasi keuangan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan dalam pemahaman literasi keuangan adalah penguasaan materi tentang lembaga jasa keuangan, risiko dan manfaat sebuah output yang dihasilkan jasa keuangan, hak serta kewajiban konsumen dan lainnya.
- 2) Keterampilan atau kemampuan adalah penguasaan tentang hal-hal seperti cara menghitung hasil pengelolaan uang, menghitung bunga, menghitung risiko dan lainnya.
- 3) Keyakinan adalah kepercayaan masyarakat terhadap berbagai pihak yang ada dalam pengelolaan uang. Masyarakat percaya bahwa uang yang dilimpahkan akan dikelola oleh jasa keuangan bertanggung jawab, menggunakan instrumen yang sesuai, serta berdasarkan ketentuan yang dapat dipercaya.

Literasi keuangan dapat digolongkan ke dalam beberapa kategori. Otoritas Jasa Keuangan (2016) menggolongkan tingkat literasi keuangan dalam 4 (empat) kategori, yaitu:

- 1) *Well literate*: memiliki pemahaman dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2) *Sufficient Literate*: memiliki pemahaman dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
- 3) *Less Literate*: hanya memiliki pemahaman tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- 4) *Not Literate*: tidak memiliki pemahaman dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.5.2 Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) **Pengatahuan**. Tahap awal bagi seseorang untuk memiliki literasi keuangan yang baik yaitu pengetahuan mengenai industri jasa keuangan yang terdiri dari perbankan maupun lembaga jasa keuangan lainnya. Tahap selanjutnya adalah mengetahui produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan. Kemudian

masyarakat perlu juga mengetahui karakteristik dari produk dan layanan jasa keuangan, seperti manfaatnya, fiturnya, risiko serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan setiap individu.

- 2) Keterampilan. Keterampilan yaitu kemampuan untuk mengelola keuangan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Semakin baik pemahaman individu terhadap literasi keuangan maka akan semakin baik juga individu tersebut mengelola keuangan.
- 3) Keyakinan. Dalam artian memiliki keyakinan terhadap lembaga, produk dan layanan jasa keuangan. Sebelum masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan, masyarakat perlu memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya.
- 4) Sikap dan perilaku. Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, melainkan juga mengenai sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera. Tujuan keuangan sangat penting karena akan menentukan bagaimana seseorang merencanakan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang ingin dicapai.

Adapun indikator lain Literasi Keuangan yaitu:

- 1) Sadar akan risiko. Sadar akan risiko tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan penting bagi penggunaan *E-wallet*. Dengan

literasi keuangan SDM akan sadar akan risiko yang akan diterima atau dirasakan saat penggunaan *E-wallet*.

- 2) Tanggung jawab. Dengan literasi keuangan seseorang bisa memahami tanggung jawab bagi pengguna ataupun tanggung jawab bagi pihak penyelenggara kegiatan keuangan.

2.1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Kemampuan dan pengetahuan seseorang mengenai keuangan pasti berbeda pada tiap individu dan terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi literasi keuangan.

Menurut Ansong & Gyensare(2012) faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, antara lain: usia, pengalaman kerja, pendidikan ibu dan jurusan saat kuliah. Riski & Rini (2015) berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah gender dan tingkat pendidikan. Sedangkan menurut Worthington (2006) menggunakan jenis kelamin, usia, etnis atau ras, pekerjaan, tingkat pendidikan dan pendapatan sebagai faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan.

2.1.5.4 Manfaat Literasi Keuangan

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari adanya kegiatan literasi keuangan menurut (OJK,2023) adalah sebagai berikut:

- 1) Literasi Keuangan adalah Investasi

Literasi keuangan merupakan bentuk investasi jangka panjang yang bermanfaat dalam mengelola dan menjaga kondisi keuangan agar tetap terjaga.

2) Dapat memilih strategi dan keputusan yang tepat

Dalam kehidupan sehari-hari kita dituntut untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat dan hal tersebut tidak terlepas dari aspek keuangan sehingga membuatnya menjadi semakin kompleks, oleh karena itu dengan memiliki literasi keuangan yang baik dapat membantu untuk memilih strategi dan keputusan keuangan yang tepat.

3) Mampu bertanggung jawab pada keputusan yang diambil

Dengan literasi keuangan yang baik, individu mampu untuk bertanggung jawab atas setiap pengambilan keputusan karena telah menemani faktor-faktor pendukung dalam pengambilan keputusan tersebut.

4) Literasi keuangan memengaruhi kekayaan finansial

Literasi keuangan dapat mendukung pertumbuhan kekayaan finansial individu, contoh yaitu dengan literasi keuangan yang cukup maka dapat menentukan produk investasi yang tepat sesuai kebutuhan dan kemampuan sehingga dikemudian hari imbal hasilnya mampu memperbaiki tingkat kesejahteraan.

2.1.6 *E-Wallet*

2.1.6.1 Definisi *E-Wallet*

E-wallet atau yang biasa di kenal sebagai dompet digital secara sifat mirip dengan dompet fisik. *E-wallet* merupakan aktivitas bertransaksi yang bersifat prabayar sehingga memiliki tingkat keamanan yang tinggi baik dengan bentuk identitas pengguna maupun password dalam penggunaannya, secara umum *e-wallet* digunakan untuk bertransaksi yang bersifat elektronik.

Elektronik Wallet (E-Wallet) atau dompet digital atau dompet elektronik menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/20/PBI/2016 Tahun 2016 yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016) adalah layanan elektronik guna menyimpan data instrumen pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran (Bank Indonesia,2016).

Berikut beberapa *E-wallet* Di Indonesia dengan pengguna terbanyak:

1. Gopay

Gopay adalah *E-wallet* yang bisa di pakai untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. GoPay dapat melakukan pembayaran pada layanan aplikasi gojek, toko atau restoran rekan usaha GoPay, PayLater untuk pelanggan terpilih dan transaksi keuangan seperti transfer saldo GoPay ke sesama pengguna GoPay dan ke Bank lainnya. Isi saldo GoPay pun dapat dilakukan melalui berbagai Bank yang sudah bekerja sama dengan GoPay.

2. OVO

OVO adalah aplikasi penyedia jasa sistem pembayaran yang memberikan kemudahan dalam transaksi secara nontunai, serta membuka akses terhadap produk dan layanan keuangan digital lainnya yang dihadirkan melalui kerja sama dengan mitra terpilih.

3. DANA

DANA adalah *E-wallet* Indonesia yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi non-tunai dan non-kartu secara digital, baik online maupun offline dapat berjalan dengan cepat, praktis dan terjamin keamanannya. Dengan DANA bisa melakukan pembayaran tagihan, pembelian pulsa, maupun berbelanja di merchant yang sudah berkerjasama dengan DANA.

4. ShopeePay

ShopeePay adalah layanan *E-wallet* yang ditawarkan oleh Shopee. Melalui ShopeePay dapat melakukan transaksi online pada aplikasi situs Shopee, transaksi online yang dilakukan di luar Shopee, seperti aplikasi atau situs merchant, melakukan transaksi offline dengan merchant yang menerima pembayaran melalui QRIS dan ShopeePay, menerima dan mentransfer pembayaran untuk dan dari kontak dan menarik saldo ke rekening Bank.

5. LinkAja

LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis server yang merupakan produk dari PT.Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja sama seperti E-wallet lainnya, dapat digunakan untuk membayar dan membeli berbagai kebutuhan di berbagai tempat.

2.1.7 Minat Menggunakan

Keberhasilan atau kegagalan pada teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan akan bergantung pada para penggunanya. Teknologi tersebut dikatakan berhasil jikalau penggunanya semakin meningkat dan mereka terus menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi menjadi faktor penting.

Definisi minat secara sederhana menurut pendapat Muhibbin Syah merupakan kecenderungan dan gairah yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat berkaitan dengan terminology dari aspek kepribadian yang menggambarkan adanya kemauan dan dorongan yang muncul pada diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Minat menurut pendapat Kotler merupakan suatu hal yang muncul sesudah mendapat rangsangan dari produk yang dilihatnya, yang selanjutnya memunculkan ketertarikan untuk mencoba produk tersebut.

Minat perilaku (*behavior intention*) menurut Jogiyanto (2008) ialah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan perilaku tertentu jika ia mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Gradner dan Amroso menjelaskan bahwa minat berperilaku merupakan ukuran niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dapat disimpulkan jika minat berperilaku adalah indikator bagi individu yang akan melakukan perilaku tertentu, oleh karena itu minat berperilaku akan menunjukkan penggunaan teknologi yang sesungguhnya.

2.1.7.1 Faktor yang mempengaruhi minat

Menurut pendapat Kotler dan Keller (2009) perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan suatu produk.

Faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang, yaitu:

- 1) Perbedaan hobi atau kegemaran
- 2) Perbedaan sosial ekonomi
- 3) Perbedaan jenis kelamin
- 4) Perbedaan pekerjaan
- 5) Perbedaan usia

2.1.7.2 Indikator Minat Menggunakan

Menurut Jogiyanto, minat menggunakan sistem informasi bisa diukur dengan memakai indikator, yaitu:

- 1) Keinginan untuk menggunakan
- 2) Selalu mencoba untuk menggunakan
- 3) Berlanjut di masa yang akan datang

Adapun indikator lain tentang minat menggunakan yaitu:

- 1) Kesesuaian dengan kebutuhan
- 2) Waktu ketika menggunakan jasa keuangan
- 3) Prioritas
- 4) Motivasi. Motivasi menuntun tingkah laku menuju satu arah tertentu.

Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Muhammad Naufal Izza. Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA	Pengaruh keamanan, Minat Menggunakan	Bonus Insentif, Infrastruktur Keuangan, Literasi Keuangan, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh sosial.	Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil uji simultan, bahwa pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet DANA	Skripsi Muhammad Naufal Izza (IAIN Kudus 2021).
2.	Anggito Wilatikta. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Ewallet Gopay.	Keamanan, Minat Menggunakan	Bonus Insentif, Infrastruktur Keuangan, Literasi Keuangan, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan.	Hasil Penelitian menunjukkan Kepercayaan, Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negative terhadap minat menggunakan e-wallet.	Skripsi Anggito Wilatika (STIE 2022)

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	Nanda Cita Obsika. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan E-wallet.	Keamanan, Minat Menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Literasi Keuangan, Bonus Insentif, Persepsi Manfaat, Kemudahan, Promosi	Hasil Penelitian Menunjukkan, Persepsi Manfaat, Keamanan dan Promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-wallet, sedangkan Persepsi Kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan E-wallet.	Skripsi Nanda Obsika (UMS 2022)
4.	I.A.H Widyasanti, I.N Suarmanayasa. Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat penggunaan E-wallet.	Literasi Keuangan, Minat Menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Keamanan, Persepsi Manfaat	Hasil Penelitian Menunjukkan, Literasi Keuangan, Persepsi Manfaat, berpengaruh positif terhadap minat penggunaan E-wallet.	Jurnal Manajemen, Vol 9 No. 2 Agustus 2023
5.	Era Susanti. Pengaruh Daya Tarik Promosi, Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-money	Minat menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Keamanan, Literasi Keuangan, Promosi, Tingkat Pemahaman dan Kemanfaatan.	Hasil Penelitian menunjukkan, Promosi, Pemahaman, Manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat menggunakan OVO.	Skripsi Era Susanti (UIN Ar-Raniry Banda Aceh 2022).

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6.	Rizal Endiyanto, Rachma Indrarini. Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat menggunakan E-wallet LinkAja.	Minat Menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Keamanan, Literasi Keuangan, Promosi, fitur layanan.	Hasil penelitian menunjukkan, Promosi dan fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet.	Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 1, 2022.
7.	Trisna Aditya, Luh Putu Mahyuni. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap minat menggunakan Fintech.	Literasi Keuangan, Keamanan, Minat Menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan, Pengaruh Sosial	Hasil Penelitian Menunjukkan, Literasi Keuangan, Keamanan, Persepsi kemudahan dan Kemanfaatan dan Pengaruh sosial, memiliki pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Fintech.	FORUM EKONOMI: Jurnal ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Volume. 24 Issue 2 2022.
8.	Taruni Risliah. Pengaruh Efektivitas, Hedonisme, Kemanfaatan, kepercayaan terhadap minat Mahasiswa UNM menggunakan layanan Shopepay.	Minat menggunakan, metode penelitian kuantitatif	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Literasi Keuangan, Keamanan. Hedonisme, kemanfaatan, kepercayaan	Hasil penelitian menunjukkan efektivitas, hedonis, kemanfaatan berpengaruh signifikan sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan layanan ShopeePay,	E-Jurnal ECOBISMA Vol.9 No.2 Tahun 2022.

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9.	Mia Andika Sari, Rosdiana Listiawati, Novitasari, Rahmanita. Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Pengguna E-wallet.	Keamanan, Minat Menggunakan	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Literasi Keuangan,	Hasil Penelitian Menunjukkan Daya Tarik Promosi, Persepsi manfaat, keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat pengguna E-wallet, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet.	Jurnal Ekonoomi & Bisnis VOL. 18 NO.2 HAL: 126-134
10.	Dirwan, Fitriani Latief. Aspek yang mempengaruhi minat pengguna uang digital di Kota Makasar.	Minat menggunakan, Keamanan.	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Literasi Keuangan.	Hasil penelitian menunjukkan, promosi, kemudahan, manfaat, keamanan dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.	Jurnal Mirai Management, Volume 6 No.1 2020.

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11.	Nujmatul Laily. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan.	Literasi Keuangan.	Infrastruktur Keuangan, Bonus Insentif, Literasi Keuangan, Keamanan, Minat Menggunakan E-Wallet.	Hasil Penelitian Menunjukkan, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa.	N Laily (2016) Journal of Accounting and Business Education, journal.um.ac.id, cited by 439 (54.88 per year)
12.	Wiwik Widiyanti. Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Pengguna dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok.	Pada penelitian ini mengambil variabel Promosi, yang termasuk dalam Variabel Bonus Insentif yang penulis teliti.	Keamanan, Literasi Keuangan, Infrastruktur Keuangan.	Hasil Penelitian Menunjukkan, secara simultan maupun parsial terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO di Depok.	Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7 No. 1 April 2020.
13.	I.G.W.S.C. Putra. Pengaruh Product Usability, Cashback Promotion terhadap Brand Loyalty Layanan Digital Wallet di Indonesia.	Pada penelitian ini mengambil variabel Cashback, yang termasuk dalam Variabel Bonus Insentif yang penulis teliti.	Keamanan, Literasi Keuangan, Infrastruktur Keuangan, minat menggunakan, Product Usability.	product usability dan cashback promotion memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap brand loyalty layanan digital wallet secara simultan maupun parsial.	Jurnal Manajemen, Vol. 7 No. 1, April 2021

No.	Peneliti dan Judul	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14.	Agus Kusnawan, Diana Silaswara, Andy, Tjong Sefung. Pengaruh Diskon pada Aplikasi E-wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang.	Pada penelitian ini mengambil variabel Diskon, yang termasuk dalam Variabel Bonus Insentif yang penulis teliti.	Infrastruktur Keuangan, Literasi Keuangan, Keamanan, Minat Menggunakan E-Wallet.	Berdasarkan persamaan regresi yang terbentuk, Bonus tidak berpengaruh Signifikan terhadap minat pembelian impulsif.	Jurnal Sains Manajemen Volume 5 No 2 Desember 2019.
15.	Tri Septy Lutpiana, Suadi Sapta Putra, Kumba Digdowseiso. Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Pengguna E-wallet ShopeePay Mahasiswa Manajemen Universtas Nasional.	Pada penelitian ini mengambil variabel Promosi, yang termasuk dalam Variabel Bonus Insentif yang penulis teliti, dan Minat Menggunakan E-wallet.	Infrastruktur Keuangan, Literasi Keuangan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga.	Hasil Penelitian Menunjukkan, Promosi, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap minat pengguna E-wallet ShopeePay mahasiswa manajemen Universitas Nasional.	Management Studies and Entrepreneurship Journal. Vol 4 (6) 2023.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Hubungan Keamanan dengan Minat Penggunaan

Keamanan merupakan hal penting dalam sebuah platform, keamanan dapat membuat konsumen menentukan pilihan dan keamanan juga dapat menarik konsumen agar menggunakan *platform E-wallet*. Keamanan dengan Minat penggunaan mempunyai hubungan karena keamanan yang baik dan terpercaya akan membuat konsumen memilih menggunakan *E-wallet*. Keamanan sangat mempengaruhi Minat penggunaan, terutama dalam konteks teknologi. Pengguna cenderung memilih Solusi yang menawarkan Tingkat keamanan yang tinggi untuk melindungi data dan privasi mereka. Faktor-faktor kebijakan keamanan dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap suatu produk atau layanan.

Menurut Muhammad Naufal (2021) dalam penelitian yang berjudul pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat, pengaruh sosial, dan keamanan terhadap minat pengguna *e-wallet* DANA studi kasus pada pengguna *e-wallet* DANA di kota Kudus, didapatkan hasil bahwa keamanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan *e-wallet* di kota Kudus. Tingkat keamanan dalam suatu sistem informasi harus diutamakan, hal ini dilakukan agar bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

2.2.2 Hubungan Infrastruktur Keuangan dengan Minat Penggunaan

Infrastruktur keuangan memiliki dampak besar pada Minat penggunaan, terutama dalam konteks layanan keuangan dan teknologi finansial. Pengguna cenderung memilih *platform* atau produk yang menyediakan infrastruktur yang andal dan aman untuk transaksi keuangan. Kecepatan, ketersediaan sistem

pembayaran serta dukungan untuk berbagai jenis transaksi dapat memengaruhi minat mereka dalam menggunakan suatu layanan keuangan atau *platform* teknologi finansial.

Infrastruktur keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian, terutama dalam membentuk lingkungan yang mendukung transaksi keuangan dan penggunaan layanan keuangan. Beberapa hubungan infrastruktur keuangan terhadap minat menggunakan mencakup:

1. Aksesibilitas dan Ketersediaan, Infrastruktur keuangan yang baik menciptakan aksesibilitas dan ketersediaan layanan keuangan. Pengguna cenderung lebih mungkin menggunakan layanan keuangan dan berminat untuk menjadikan keputusan pembelian terkait jika mereka dapat dengan mudah mengakses fasilitas perbankan, ATM, atau platform pembayaran digital.
2. Efisiensi Transaksi, Infrastruktur keuangan yang efisien meningkatkan kemudahan dan kecepatan transaksi. Ini dapat memengaruhi minat menggunakan dengan memberikan pengalaman pembayaran yang lancar dan cepat, baik dalam toko fisik maupun dalam transaksi online.
3. Keamanan dan Perlindungan Konsumen, Keamanan yang tinggi dalam infrastruktur keuangan memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepercayaan terhadap keamanan transaksi dapat memberikan keyakinan kepada pengguna untuk merasa minat dalam menggunakan *e-wallet*, terutama dalam konteks pembayaran digital.
4. Integrasi dengan Layanan Keuangan Tambahan, Infrastruktur keuangan yang terintegrasi dengan layanan keuangan tambahan, seperti asuransi dan

pinjaman, dapat mempengaruhi minat menggunakan. Konsumen mungkin lebih cenderung menggunakan layanan ini sebagai bagian dari keputusan pembelian mereka.

5. Keberlanjutan Layanan Digital, Infrastruktur keuangan yang mendukung layanan digital, seperti *e-wallet* atau platform pembayaran online, dapat memengaruhi minat penggunaan. Pengguna mungkin lebih cenderung mengadopsi solusi pembayaran digital jika infrastruktur tersebut tersedia dan berfungsi dengan baik.

2.2.3 Hubungan Bonus Insentif dengan Minat Penggunaan

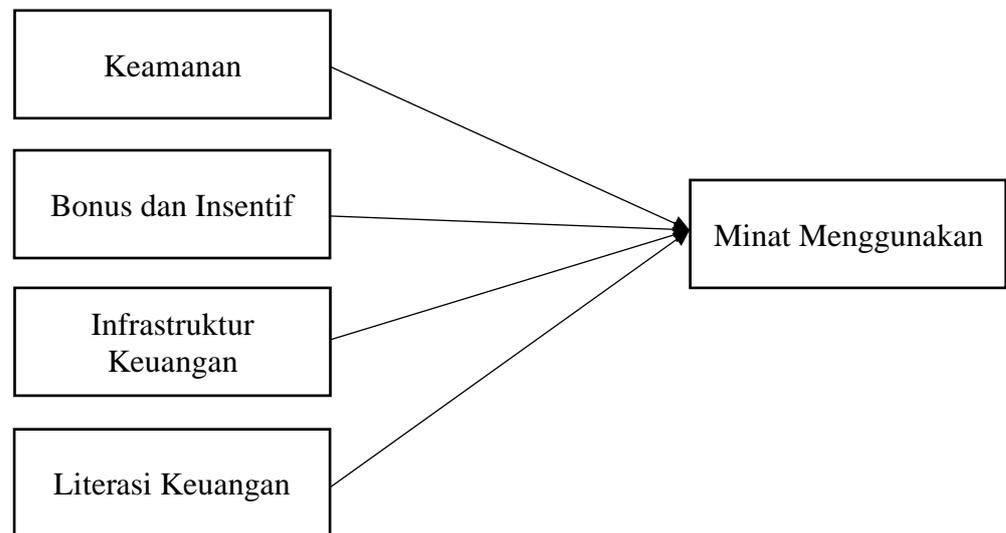
Bonus insentif dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan, terutama dalam konteks bisnis dan layanan konsumen. Berikut beberapa hubungan bonus insentif dengan Minat pengguna:

1. Motivasi Penggunaan, Bonus insentif dapat menjadi motivasi bagi pengguna untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Misalnya, bonus diskon, *cashback*, atau *reward* khusus dapat merangsang minat dan partisipasi pengguna dalam penggunaan *e-wallet* atau platform lain.
2. Peningkatan Loyalitas Pelanggan, Bonus insentif yang diberikan secara konsisten dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengguna cenderung tetap menggunakan *e-wallet* atau layanan tertentu jika mereka merasa mendapatkan keuntungan tambahan atau penghargaan.
3. Promosi Adopsi Baru, Bonus *insentif* dapat digunakan untuk mempromosikan adopsi baru terhadap layanan atau fitur tertentu. Pengguna mungkin lebih cenderung mencoba sesuatu yang baru jika ada insentif yang menarik.

4. Pengaruh Keputusan Pembelian, Bonus insentif dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Misalnya, penawaran diskon khusus untuk transaksi menggunakan *e-wallet* dapat mendorong pengguna untuk memilih metode pembayaran tersebut.
5. Efek Jangka Pendek dan Jangka Panjang, Bonus insentif dapat memberikan dampak jangka pendek dengan meningkatkan penggunaan secara langsung, serta dampak jangka panjang dengan membentuk kebiasaan pengguna untuk terus menggunakan layanan.

2.2.4 Hubungan Literasi Keuangan dengan Minat Penggunaan

Literasi keuangan yaitu pengetahuan kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan pribadinya dengan baik sehingga terjadi kesejahteraan. Dengan ini menunjukkan bahwa literasi kuangan mempunyai hubungan dan peran yang sangat penting dalam minat pengguna. Adanya literasi keuangan dalam menggunakan *e-wallet* menjadi suatu hal yang penting bagi seseorang dalam melakukan akses layanan keuangan digital serta mengoperasikan aplikasi tersebut secara bijak dan efektif. Pada penelitian yang dilakukan Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat pengguna fintech. Krisnawati (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan OVO pada ibu rumah tangga di kota Bandung, berarti semakin tinggi Tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula Tingkat Keputusan penggunaan seseorang dalam menggunakan e-wallet OVO.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan Pustaka dan kerangka pemikiran yang telah dibahas, maka bisa ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial keamanan, bonus insentif, infrastruktur keuangan dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-wallet*.
2. Diduga secara bersama-sama keamanan, bonus insentif, infrastruktur keuangan dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-wallet*.