

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Adopsi Layanan *E-wallet*

2.1.1.1 Pengertian Layanan *E-wallet*

Layanan *e-wallet* merupakan sebuah *platform* yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital dan melakukan transaksi keuangan tanpa perlu menggunakan uang tunai. Penggunaan layanan *e-wallet* juga berkembang seiring dengan kemajuan teknologi di Indonesia yang ditandai dengan kemajuan *fintech* dan didukung oleh regulasi pemerintah untuk membantu memudahkan transaksi secara digital. Menurut Della Angelina Simanjuntak (2023) “dalam hukum Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 tentang uang elektronik, penggunaan dompet digital telah diizinkan secara hukum di Indonesia. Aturan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pembayaran non tunai dan memberikan keamanan dan keselamatan kepada masyarakat sehingga transaksi menjadi aman, mudah, dan efisien. Salah satu faktor yang mendorong peningkatan pengguna dompet digital adalah bahwa remaja dan mahasiswa saat ini lebih suka menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran karena mudah dan efektif sehingga tidak perlu membawa uang tunai, yang membuatnya lebih mudah dan tidak menyusahkan”.

Menurut Hutami dan Septyarini dalam Afolo & Dewi (2022) menyatakan bahwa *e-wallet* adalah sebuah “dompet” temporer atau akun yang memiliki dana pada suatu aplikasi *online* yang digunakan untuk mempermudah pelanggan untuk bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai. Sedangkan dalam Khoirunnisa et al. (2024) dijelaskan bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi meningkat secara signifikan di era digital. *E-wallet* merupakan layanan elektronik yang memungkinkan orang menggunakan *smartphone* mereka untuk melakukan pembayaran digital.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa layanan *e-wallet* merupakan suatu alternatif yang dijadikan sebagai alat pembayaran

yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai sehingga hanya melakukan pembayaran secara digital saja melalui *smartphone*.

2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Adopsi Layanan *E-wallet*

Penggunaan layanan *e-wallet* semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Menurut Yanti & Isnaeni (2022) faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital (*e-wallet*) sebagai alat transaksi adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan, merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital. Semakin mudah suatu hal digunakan maka persepsi dalam menggunakan hal itu akan semakin baik. Dengan adanya dompet digital maka pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kemudahan dapat meningkatkan keputusan dalam penggunaan dompet digital.
2. Kepuasan, merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Dengan begitu maka terciptalah kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penggunaan dalam dompet digital.
3. Kepercayaan, merupakan suatu hal yang sangat penting dimiliki oleh perusahaan atau individual dalam meningkatkan loyalitas konsumen atau pengguna jasa. Kepercayaan dapat diartikan kesediaan konsumen untuk menerima dan melakukan transaksi secara daring berdasarkan harapan yang positif mengenai perilaku belanja pada masa yang akan datang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya rasa kepercayaan dalam penggunaan dompet digital, maka akan semakin meningkatkan minat dalam penggunaan dompet digital.

Sedangkan menurut Yennisa & Putri (2023) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *e-wallet*, yaitu:

1. Literasi Keuangan, mampu membuat gambaran kemahiran individu dalam memahami konsep keuangan, produk, serta layanan keuangan dan pengelolaan sumber daya keuangan. Literasi keuangan dapat mempengaruhi kendali seseorang dalam menggunakan uang yang dimiliki dalam bertransaksi, termasuk untuk melakukan pembelian. Pengetahuan keuangan yang baik dari pengguna *e-wallet* mendorong mereka untuk senantiasa menggunakan layanan *e-wallet* dalam bertransaksi karena dinilai memudahkan proses pembayaran.
2. Persepsi Manfaat, sangat erat kaitannya dengan kinerja yang dapat dicapai oleh jasa tersebut. Teknologi dompet elektronik diyakini dapat memberikan manfaat positif bagi transaksi finansial antara pembeli dan penjual. Pengguna merasakan manfaat teknologi *e-wallet* untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan transaksi secara efisien.
3. Persepsi Kenyamanan, yaitu ukuran persepsi masyarakat bahwa menggunakan *e-wallet* tidak memerlukan banyak usaha untuk mengoperasikannya. Penggunaan *e-wallet* untuk pembayaran di pasar tradisional diyakini dapat mempermudah proses transaksi.
4. Persepsi Keamanan, rasa aman menjadi faktor penting bagi pengguna untuk memutuskan menggunakan layanan pembayaran elektronik dompet elektronik.

2.1.1.3 Indikator Adopsi Layanan *E-wallet*

E-wallet merupakan salah satu aplikasi dimana pengguna nya dapat memberikan kemudahan dalam pembayaran. Adopsi layanan *e-wallet* dapat dianalisis melalui indikator model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Menurut Marikyan & Savvas Papagiannidis (2022) model ini mengidentifikasi empat variabel kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu

1. *Performance expectancy* merujuk pada sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membuat mereka lebih baik dalam melakukan tugas tertentu.
2. *Effort Expectancy* menggambarkan seberapa mudah teknologi digunakan, termasuk kemudahan dalam mempelajari dan menggunakannya. Semakin

mudah teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan orang untuk mengadopsinya.

3. *Social Influence* merujuk pada sejauh mana orang merasa bahwa orang-orang yang mereka anggap penting (teman, keluarga, atau rekan kerja) membantu mereka menggunakan teknologi. Pengaruh sosial dapat membuat orang menggunakan teknologi baru.
4. *Facilitating Conditions* menggambarkan faktor-faktor eksternal yang mendukung penggunaan teknologi, seperti infrastruktur, sumber daya, dan dukungan teknis, membuat orang lebih cenderung menggunakan teknologi jika kondisi tersebut mendukungnya.

Indikator tersebut akan digunakan oleh peneliti di dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa besar pengaruh adopsi layanan *e-wallet* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2024.

2.1.2 Literasi Keuangan Digital

2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan Digital

Menurut OJK “literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan Masyarakat. Selain itu, literasi keuangan sangat menguntungkan sektor jasa keuangan karena masyarakat dan lembaga keuangan saling membutuhkan satu sama lain. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan keuangan”. OJK menjadikan mahasiswa sebagai generasi *digital native* untuk terus meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia. Generasi *digital native* memiliki keunggulan dalam memahami dan menganut teknologi baru dengan cepat dan tetap bisa meringankan risiko dari penyelenggara keuangan digital sehingga dapat meningkatkan inklusi keuangan masyarakat Indonesia (ojk.go.id).

Menurut Rahayu. R (2022) literasi keuangan digital terdiri dari dua konsep: literasi keuangan dan *platform digital*. Literasi keuangan sendiri mencakup sikap dan perilaku seseorang serta tingkat pemahaman mereka tentang produk dan layanan keuangan. Sementara itu, *platform digital* adalah segala sesuatu yang

dibuat dengan menggunakan teknologi komputer dan internet. Maka dari itu, literasi keuangan digital dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan pemahaman individu tentang produk dan layanan keuangan yang terkait dengan teknologi digital. Morgan et al (2019) menyebutkan literasi keuangan digital mungkin akan menjadi komponen pendidikan yang semakin penting untuk era digital saat ini. pengguna perlu memiliki kecanggihan finansial yang lebih tinggi untuk memanfaatkan teknologi finansial (tekfin) secara efektif dan menghindari kesalahan dan penipuan. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukannya program edukasi keuangan digital untuk meningkatkan pengetahuan tentang keuangan digital dan memberikan fokus pada keterampilan bagi mereka yang terlibat dalam ekonomi digital. Sedangkan menurut Stefani Marina Palimbong et al., (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan jenis pengetahuan dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka terhadap pengelolaan keuangan dan perencanaan keuangan yang menguntungkan”.

Menurut Umami & Syofyan (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan digital adalah pengetahuan dan kemampuan seseorang untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital seperti pembelian *online*, pembayaran, peminjaman, menabung, atau investasi, serta pengetahuan tentang risiko khusus yang muncul jika terjadi kesalahan pengelolaan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital merupakan suatu pengetahuan yang harus di kuasai oleh individu khususnya mahasiswa sebagai masyarakat yang sadar dan paham akan teknologi digital. Literasi keuangan digital bertujuan untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.2.2 Tingkat Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil survei OJK tingkat literasi digital orang Indonesia pada tahun 2022 berada di angka 41%. Ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk kemajuan bagi orang Indonesia untuk lebih memahami produk keuangan berbasis digital, yang sangat populer di Indonesia.

Tingkat literasi keuangan dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

1. *Well literate* berarti sangat berpengetahuan, memahami dan mempercayai lembaga jasa keuangan dan produknya, termasuk fitur, manfaat, dan risikonya, hak dan kewajibannya, dan memiliki keterampilan untuk menggunakannya.
2. *Sufficient literate*, yaitu memahami dan mempercayai lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat, dan risiko, hak dan kewajiban.
3. *Less literate* berarti hanya memahami lembaga jasa keuangan, barang dan jasa keuangan.
4. *Not literate* berarti tidak memahami atau percaya pada lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan, dan tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.2.3 Indikator Literasi Keuangan Digital

Menurut Setiawan et al., (2022) menyebutkan bahwa Prasad dan Meghwal (2017) serta Morgan dan Trinh (2019b, 2019c) mengusulkan empat indikator literasi keuangan digital, yaitu:

1. *Knowledge* untuk mengukur pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan digital.
2. *Experience* terkait pengalaman dalam menggunakan produk dan layanan keuangan digital.
3. *Awareness* tentang kesadaran akan risiko keuangan digital.
4. *Skill* berkaitan dengan keterampilan dalam mengendalikan dan mengelola aktivitas keuangan digital.

2.1.3 Persepsi Keamanan

2.1.3.1 Pengertian Keamanan

Menurut Pebiyanti et al., (2023) Persepsi keamanan mengacu pada situasi, kondisi, atau peristiwa yang dapat menyebabkan masalah ekonomi melalui data atau jaringan, seperti kerusakan data, penolakan layanan, penipuan, dan penyalahgunaan wewenang. karena layanan transaksi yang baik akan membuat pelanggan terpuaskan dan menumbuhkan kepercayaan. Kepercayaan merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap orang lain, institusi atau sistem. Persepsi

kepercayaan dijadikan sebagai cara seseorang atau kelompok melihat dan mengevaluasi tingkat kepercayaan tersebut. Keyakinan pengguna memutuskan untuk menggunakan layanan *e-wallet* atau tidak berdasarkan persepsi kepercayaan mereka terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan tersebut.

Menurut Rodiah & Melati (2020) transaksi digital penuh dengan ketidakpastian dan risiko. Pengguna *e-wallet* harus membangun kepercayaan untuk mengurangi anggapan risiko. Orang yang yakin dan percaya akan layanan *e-wallet* akan menggunakannya dan menganggapnya positif. Menurut Kohar dan Prihantoro (dalam Dianta & Zusrony, 2019) Keamanan sistem informasi dapat didefinisikan sebagai pengoperasian sistem dari semua mekanisme untuk melindungi sistem dari berbagai ancaman yang mengancam keamanan data informasi dan aktor sistem.

Menurut Kinasih & Albari (2012) bahwa pengguna percaya secara subjektif bahwa data mereka tidak akan dilihat atau dimanipulasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab selama masih dalam penyimpanan, yang menumbuhkan kepercayaan pada diri mereka. Secara teknis, persepsi keamanan akan menjamin integritas, kerahasiaan, dan otentifikasi serta transaksi tanpa catatan (Dewi et al., 2022).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan merupakan sebuah pendapat atau anggapan dari individu sebagai pengguna atas keamanan data pribadinya. Persepsi keamanan adalah pandangan atau keyakinan individu atau kelompok tentang situasi, kondisi, atau peristiwa yang dapat mempengaruhi keamanan data dan jaringan, serta potensi masalah ekonomi yang dapat muncul. Persepsi keamanan mencakup keyakinan bahwa data pengguna akan terlindungi dari akses atau manipulasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab serta menjamin integritas, kerahasiaan, dan otentikasi dalam transaksi.

2.1.3.2 Indikator Persepsi Keamanan Data

Menurut Lewis dan Thygerson (dalam Dianta & Zusrony, 2019) ada beberapa elemen keamanan komputer yang harus diperhatikan dan memiliki lingkup yang signifikan:

1. *Privacy & Confidentiality*, aspek ini menekankan pada usaha dalam menjaga kerahasiaan data dan informasi dan pihak lain tidak boleh mengaksesnya.

Sedangkan *privacy* lebih menekankan pada data-data privat, contohnya data tentang nasabah/pengguna.

2. *Integrity*, aspek ini memprioritaskan keamanan data atau informasi agar tidak bisa diakses selain tanpa seizin pemilik.
3. *Authentication*, aspek yang menekankan mengenai orosinalitas suatu data atau informasi, termasuk didalamnya pihak yang memberi data atau mengaksesnya tersebut merupakan pihak yang memiliki ijin akses atau pemilik sah.
4. *Availability*, aspek yang berkaitan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Hasil penelitian yang relevan merupakan penelitian yang dibuat atau diperoleh dari seseorang melalui hasil observasi atau percobaan sebelumnya. Adapun dalam penelitian ini dijadikan sebagai landasan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Stefani Marina Palimbong, Elisabet Pali, Astriwati Biringkanae, & Randi Tangdialla. (2023). <i>Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis</i> , 1(3), 278–297	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X), berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan digital payment pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja (Y).
2	Pebiyanti, E., Fauzi, A., Husniyyah, T., Intan Tasia, S., Sutendi, Z., & Elsa Vitri, A. (2023). <i>Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem</i>	Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan	Hasil pada studi menunjukkan jika Persepsi keamanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan pengguna <i>online</i> .

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Informasi,</i>	Pengguna Belanja Online	
3	Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). <i>Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah</i> , 6(3), 1395–1406.	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA	Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi keamanan bukan menjadi faktor yang menentukan pengguna melakukan transaksi dan pembelian pada aplikasi dompot digital DANA terdapat faktor lain yang menyebabkan niat menggunakan aplikasi DANA.
4	Siswanti, T. (2023). <i>Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya</i> , 8(1), 30–43.	Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating.	Literasi keuangan digital secara langsung berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment.
5	Muhammad Uqla Fadhilla, & Purwanto, E. N. (2023). <i>Journal of Management and Energy Business</i> , 3(1). https://doi.org/10.54595/jmeh.v3i1.29	<i>The Effect of Digital Literacy and Perceptions of Personal Data Security on the Decision to Use E-wallet as a Payment System in MSMEs in The Jakarta Are</i>	<i>Digital literacy has a positive effect on the decision to use e-wallets</i>
6	Pangestika, E. M., & Achyani, F. (2022). <i>American Journal of Sciences and Engineering</i>	<i>The Influence of Financial Literacy, Service Features, Ease of Use, and Financial Abilities</i>	<i>financial literacy affects the interest in using the ShopeePay digital wallet in financial transactions.</i>

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Research</i> , 5(4), 114–126.	<i>on Interest in Using ShopeePay Digital Wallets in Financial Transactions (Case Study on Accounting Students at Muhammadiyah University of Surakarta Class of 2018-2020)</i>	
7	Tiara Khairunisa Dwi Fortuna, & Sutrisno. (2024). <i>International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis</i> , 07(03), 1132–1144.	<i>The Influence of Perception, Trust, And Security on Fintech E-wallet Services: The Case of The Z Generation in Yogyakarta</i>	Meanwhile, there were three hypotheses that were not proven, namely the risk perception, trust and security variables, so these three variables did not have a significant influence on the interest in using the ShopeePay fintech e-wallet. Should it make more efforts to improve the confidentiality aspect of its e-wallet security system and make efforts to notify its users, in this way it will be able to increase the perception of trust. and the perception of security among the Z generation in Sleman Regency when making transactions.
8	Bommer, W. H., Rana, S., & Milevoj, E. (2022). <i>International Journal of Bank Marketing</i> , 40(4), 791–819.	<i>A meta-analysis of eWallet adoption using the UTAUT model</i>	The results of this approach show that relatively few variables explain a large portion of whether potential users will use e-wallets or not. We believe that the findings of this research can help to “move the needle”

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			when it comes to increasing e-wallet adoption rates and simultaneously contribute toward achieving the overarching goal of higher financial inclusion across the globe.
9	Parulian, P., Fatmawati, E., Bebasari, N., & Tan, E. (2024). <i>Journal of Multidisciplinary in Social Sciences</i> , 01(08), 303–308.	<i>The Influence of Financial Literacy, Service Features, and The Influence Of Convenience on The Decision to Use Gopay</i>	The results of the test conducted show that the financial literacy variable has an influence on the decision to use Gopay.
10	Heny Sidanti, Dian Citaningtyas Ari Kadi, Hari Purwanto, & Wahyu Sri Lestari. (2022). <i>International Journal of Science, Technology & Management</i> , 3(1), 215–228.	<i>The Effect Of Easy Perception And Security Perception On The Intention Of Using Shopeepay Through Attitude As Intervening Variables In Madiun</i>	The fourth hypothesis testing of this study shows that the perception of security has a partial effect on the intention to use ShopeePay in Madiun.
11	Raj L., V., Amilan, S., & Aparna, K. (2024). <i>South Asian Journal of Marketing</i> , 5(1), 74–90. https://doi.org/10.1108/sajm-11-2022-0071	<i>Factors influencing the adoption of cashless transactions: toward a unified view.</i>	PT substantially affected individuals' BI to utilisese CLT The study also revealed that SI significantly and positively impacted individuals' BI towards using CLT.
12	Gómez-Hurtado, C., Gálvez-Sánchez, F. J., Prados-Peña, M. B., & Ortiz-	<i>Adoption of e-wallets: trust and perceived risk in</i>	In accordance with the research inquiries, security and privacy exhibited a positive and significant

No	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Zamora, A. F. (2024). <i>Spanish Journal of Marketing - ESIC</i> . https://doi.org/10.1108/SJME-01-2024-0017	<i>Generation Z in Colombia.</i>	<i>correlation with perceived trust (RQ1), indicating that young e-wallet users are apprehensive regarding how service providers safeguard their personal information and use it appropriately</i>
13	Ruhani, A. B., Mansor, N. S., Awang, H., Zolkipli, M. F., Zaini, K. M., & Benlahcene, A. (2024). <i>Iraqi Journal for Computer Science and Mathematics</i> , 5(4).	<i>Modelling Security Factors Influencing E-wallet Adoption in Malaysia</i>	<i>Users perceive that the existence of robust security features instills confidence and encourages engagement in secure online transactions, thereby enhancing the effectiveness of digital e-wallet services.</i>

Tabel 2. 2
Persamaan dan Perbedaan dengan Hasil Penelitian yang Relevan

Persamaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilakukan
1. Dari beberapa penelitian di atas terdapat beberapa variabel yang sama yaitu literasi keuangan digital dan persepsi keamanan sebagai variabel X dan penggunaan layanan <i>E-wallet</i> sebagai variabel Y.	1. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel yang sama seperti literasi keuangan digital dan persepsi keamanan sebagai variabel X dan penggunaan layanan <i>E-wallet</i> sebagai variabel Y.
2. Metode penelitian yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.	2. Metode penelitian yang akan digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei.
Perbedaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilakukan
1. Terdapat beberapa variabel yang berbeda-beda dengan penelitian sebelumnya seperti menggunakan	Berdasarkan penelitian sebelumnya rata-rata subyek penelitian yang digunakan sangat beragam, maka

variabel persepsi kemudahan, kemampuan finansial.	penelitian ini memilih mahasiswa sebagai subyek.
2. Subyek penelitian yang berbeda dan ada beberapa teknik pengolahan data yang berbeda.	

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Sugiyono, 2018:95) Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis bagaimana variabel yang akan diteliti berhubungan satu sama lain. Oleh karena itu, perlu untuk menjelaskan bagaimana variabel independen dan dependen berinteraksi secara teoritis. Hubungan antar variabel penelitian selanjutnya dibuat berdasarkan hubungan antar variabel tersebut. Oleh karena itu, paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir.

Salah satu *grand theory* yang mendasari penggunaan layanan *e-wallet* adalah *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT). Teori ini mengidentifikasi empat variabel kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* (Marikyan & Savvas Papagiannidis, 2022).

Pertama, *Performance Expectancy* merupakan keyakinan bahwa penggunaan layanan *e-wallet* akan meningkatkan kinerja atau mempermudah transaksi keuangan. Kedua, *Effort Expectancy* merujuk pada Tingkat kemudahan penggunaan layanan *e-wallet* yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai pengguna. Ketiga, *Social Influence* mencakup pengaruh teman, keluarga, atau lingkungan sosial lainnya yang dapat mendorong atau menghambat dalam penggunaan layanan *e-wallet*. Terakhir, *Facilitating Conditions* merupakan persepsi terhadap dukungan infrastruktur dan sumber daya yang tersedia untuk menggunakan layanan *e-wallet*. Keempat konstruksi ini kemudian mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan penggunaan teknologi selanjutnya melalui cara langsung dan tidak langsung (Bommer et al., 2022).

Dalam penelitian ini, literasi keuangan digital dipandang sebagai kemampuan mahasiswa dalam memahami, menganalisis, dan memanfaatkan informasi serta layanan keuangan digital secara efektif. Mahasiswa dengan literasi

keuangan digital yang tinggi cenderung memiliki persepsi manfaat yang lebih kuat karena mereka memahami keunggulan dan potensi *e-wallet* dalam transaksi keuangan. Kemudian merasakan kemudahan penggunaan yang lebih tinggi berkat pengalaman dan pengetahuan mereka dalam menggunakan teknologi keuangan digital.

Sementara itu, persepsi keamanan adalah sejauh mana mahasiswa merasa yakin bahwa data pribadi dan transaksi mereka aman saat menggunakan *e-wallet*. Dalam kerangka UTAUT yang telah dimodifikasi di banyak penelitian, persepsi keamanan dapat memperkuat persepsi manfaat, karena mahasiswa yang merasa aman akan lebih percaya bahwa layanan *e-wallet* benar-benar bermanfaat tanpa risiko merugikan. Kemudian persepsi keamanan juga berkontribusi pada *facilitating conditions*, sebab infrastruktur dan fitur keamanan yang baik dianggap sebagai bentuk dukungan yang memudahkan penggunaan *e-wallet*. Selain itu, persepsi keamanan juga sering dikaji sebagai variabel yang langsung mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *e-wallet*.

Dalam teori UTAUT, *Social Influence* merupakan salah satu konstruk utama yang menggambarkan pengaruh lingkungan sosial terhadap niat individu dalam menggunakan teknologi. *Social influence* mencakup tekanan sosial dari teman, keluarga, atau kelompok referensi yang dapat mendorong seseorang untuk mengadopsi teknologi tertentu, termasuk layanan *e-wallet*. Namun, dalam penelitian ini, fokus utamanya pada pengaruh literasi keuangan digital dan persepsi keamanan terhadap adopsi layanan *e-wallet* di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, meskipun *social influence* diakui sebagai konstruk penting dalam model UTAUT, konstruk ini tidak termasuk dalam variabel yang diuji secara empiris dalam penelitian ini. Penelitian ini lebih memusatkan perhatian pada variabel-variabel tambahan yang dianggap lebih relevan dan kontekstual untuk memahami perilaku adopsi layanan *e-wallet* pada populasi mahasiswa.

E-wallet merupakan aplikasi atau *platform* yang memungkinkan pengguna menyimpan uang digital, melakukan transaksi, dan berinteraksi dengan layanan keuangan lainnya. Saat ini, penggunaan layanan *e-wallet* mengalami peningkatan karena telah mengubah cara pandang masyarakat dalam melakukan transaksi

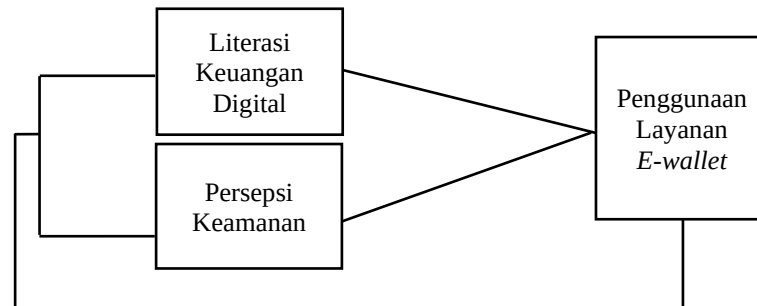
keuangan. Popularitas layanan *e-wallet* menawarkan kemudahan, kecepatan dan kenyamanan dalam penggunaannya, sehingga semakin banyak pengguna terutama kalangan mahasiswa. Namun, meskipun potensi besar dimiliki oleh layanan *e-wallet* dalam penggunaannya, layanan tersebut masih dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk literasi keuangan digital dan persepsi keamanan.

Literasi keuangan digital sangat penting untuk memahami dan memanfaatkan teknologi secara efisien. Mahasiswa yang mengetahui literasi keuangan digital cenderung lebih mampu menggunakan dan mengelola layanan *e-wallet* dengan lebih baik. Selain itu, kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan layanan *e-wallet* juga sangat penting dalam membuat keputusan dalam penggunaannya. Jika mahasiswa merasa tidak yakin dan tidak percaya tentang keamanan transaksi atau data privasi mereka, kemungkinan besar mahasiswa tidak akan menggunakan layanan tersebut meskipun mereka tahu dan memahaminya.

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan digital dan persepsi keamanan saling berhubungan dan mempengaruhi penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa, terutama mereka yang belajar ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap adopsi layanan *e-wallet* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2024, sehingga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana literasi keuangan digital dan persepsi keamanan saling berpengaruh.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2024 dengan mengintegrasikan kedua variabel ini ke dalam kerangka *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT).

Secara skematik kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:99) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan karena itu rumusan masalah penelitian biasanya dalam bentuk kalimat pertanyaan. Sementara itu, jawaban yang diberikan belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, tetapi didasarkan pada teori yang relevan. Oleh karena itu, hipotesis juga dapat dianggap sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian daripada jawaban empiris. Untuk keperluan maka terdapat hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan dari literasi keuangan digital terhadap adopsi layanan *e-wallet*.
2. Terdapat pengaruh signifikan dari persepsi keamanan terhadap adopsi layanan *e-wallet*.
3. Terdapat pengaruh signifikan dari literasi keuangan digital dan persepsi keamanan terhadap adopsi layanan *e-wallet*.