

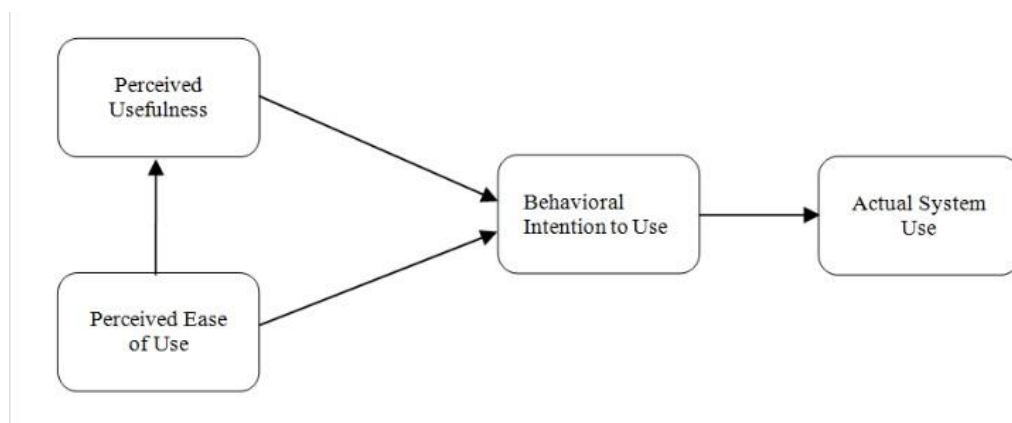
BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *technology acceptant model* (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan salah satu teori adaptasi TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang diperkenalkan oleh Davis pada 1889. TAM merupakan suatu teori yang menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan juga menggunakan teknologi. Teori ini menjelaskan perilaku pengguna teknologi yang di tentukan oleh 5 persepsi yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam penggunaan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavior intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*).



Gambar 2. 1 Tecnology Acceptance Model (TAM) oleh Davis

Technology Acceptance Model (TAM) sendiri di kembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi (Gunawan, 2014) menurut (Nugroho et al., n.d.) TAM mempunyai lima konstruksi utama yaitu:

- a. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat)

“the degree to which a user believes that his/her work performance can be improved by using a certain system” (sejauh mana pengguna yakin bahwa kinerjanya dapat di tingkatkan dengan menggunakan sistem tertentu)

b. *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan)

“the degree to which a user believes that physical or mental effort is not required when using a certain system. (tingkat dimana pengguna percaya bahwa upaya fisik atau mental tidak diperlukan bila menggunakan sistem tertentu.)

c. *Attitude toward using.* (sikap terhadap penggunaan)

Is a person’s enduring evaluation of his or her feelings about and behavioral tendencies toward an object or idea (titik pandang seseorang dalam mengevaluasi sebuah objek atau ide tertentu)

d. *Intension to use* (intensi menggunakan)

It used to measure the degree of user intention to carry on certain behavior (intensi adalah ukuran dari kekuatan intensi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dimasa depan)

e. *Actual use* (penggunaan aktual)

Drafted in the measurement of the frequency and duration of use of the system that lead to user satisfactions. (Dikonsepkan dalam pengukuran suatu frekuensi dan durasi waktu penggunaan sistem yang berujung terhadap kepuasan pengguna)

Model TAM merupakan bentuk penerimaan teknologi yang bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan teknologi itu sendiri. Berdasarkan persepsi yang dibuat oleh Davis, ditemukan 2 variabel utama yaitu persepsi kemudahan (*perceived*

ease of use), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan 1 variabel tambahan yang tentunya tidak lepas dari penggunaan *digital payment*, yaitu (*perceived of risk*) persepsi resiko. Terhadap penggunaan *digital payment*.

2.1.2 Financial behaviour

(Wicaksono, 2020) menjelaskan tentang bagaimana manusia secara aktual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan, khususnya mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan dan pasar keuangan. kedua konsep yang secara jelas menyatakan bahwa perilaku keuangan (*financial behavior*) merupakan suatu pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia melakukan investasi atau berhubungan dengan keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologi. *Financial behavior* merupakan perilaku yang dimiliki seseorang ketika mengatur keuangan pribadi yang dilihat dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan yang dilakukan individu tersebut dalam melakukan pengambilan keputusan terhadap keuangan mereka (Humaira&Sagaro, 2018). *Financial behavior* merupakan suatu kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengatur (penganggaran, perencanaan, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan) dana atau keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut (Heck,1999) terdapat 9 *financial behavior* diantaranya terdiri dari 4 *planning behavior* dan 5 *implementing behavior*. Adapun diantaranya sebagai berikut:

1. Menetapkan tujuan keuangan.
2. Memperkirakan biaya secara akurat.
3. Memperkirakan pendapatan yang tepat.

4. Melakukan perencanaan dan penganggaran belanja.
5. Mempertimbangkan alternatif ketika melakukan pengambilan keputusan
6. Menyesuaikan untuk memenuhi keadaan keuangan darurat.
7. Memenuhi tenggat waktu atau tagihan tepat waktu.
8. Berhasil memenuhi tujuan keuangan.
9. Berhasil melakukan rencana pengeluaran.

2.1.3 *Financial technology (fintech)*

Menurut bank Indonesia *financial technology (fintech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi sehingga mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/2017 menjelaskan bahwa *fintech* adalah penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem. *Fintech* berperan sebagai lembaga keuangan formal seperti bank. Dalam hal sistem pembayaran seperti, 1) menyediakan pasar bagi pelaku usaha, 2) menjadi alat bantu untuk pembayaran, penyelesaian/settlement dan klining, 3) membantu pelaksanaan investasi yang lebih efisien, 4) mengatasi risiko dari sistem pembayaran yang konvensional, 5) membantu pihak-pihak untuk menabung, meminjam dan dan penyertaan modal.

Sebagaimana ditetapkan dalam peraturan BI No.19/12/PBI/2017, *fintech* dibagi dalam kategori berikut:

1. Sistem pembayaran (misalnya penggunaan *digital payment* seperti Gopay, OVO, dan Shopeepay) untuk penyelenggara transfer dana, uang elektronik, dompet elektronik, dompet elektronik dan *mobile payment*).
2. Perdukungan pasar (misalnya penyediaan data perbandingan produk dan jasa keuangan)
3. Manajemen Investasi dan Manajemen risiko (misalnya penyediaan data produk investasi *online* atau asuransi *online*)
4. Pinjaman pembiayaan dan penyediaan (misalnya pinjaman *peer-to-peer* dan pendanaan)
5. Layanan keuangan lainnya.

fintech mampu menjadi teknologi dan inovasi baru yang disebarluaskan untuk memperluas serta dapat memfasilitasi akses publik dengan layanan keuangan. *Fintech* diharapkan mampu menjangkau masyarakat luas, sehingga mampu menjadi opsi pembayaran bagi konsumen yang lebih luas dalam aktivitas pembayaran.

2.1.4 Digital payment

Digital payment atau yang sering disebut sebagai pembayaran digital merupakan salah satu alternatif pembayaran yang menggunakan menggunakan jaringan internet dan media elektronik sebagai perantara sistem pembayaran, yang dapat dilakukan melalui *internet banking*, *mobile banking*, *e-wallet dompet digital*. Hal tersebut dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti *smartphone*, *tablet*, *ipad*, *computer*, atau perangkat elektronik lainnya. Adapun stransaksi *digital payment* yang sering digunakan di Indonesia ialah Gopay, Ovo,

Dana, Link aja, Shopeepay dan lain-lain. Sistem pembayaran elektronik dianggap lebih mudah, simple dan memberikan keuntungan apabila penyedia jasa. Aplikasi pembayaran berbasis *digital payment* kini menggantikan posisi uang tunai, cek, kartu debit atau bahkan pembayaran lainnya. Yang tentu saja lebih mempermudah pengguna untuk mengelola keuangan.

Dikutip dari (Accurate.id,2021) Dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan *digital payment* terdapat beberapa keuntungan yang diperoleh sebagai berikut:

a. Pembayaran yang instan

Bila dibandingkan dengan metode tradisional seperti pembayaran tunai. Proses dengan menggunakan digital payment jauh lebih cepat. Karena dalam penggunaannya, digital payment bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, tanpa adanya batasan lokasi dan waktu dalam bertransaksi.

b. Keamanan dalam penggunaan

Sitem pembayaran elektronik, nyatanya mampu menawarkan berbagai macam cara agar bisa meningkatkan sistem keamanan dalam hal bertransaksi. Konsumen hanya perlu melakukan pemindaian kode melalui *barcode* yang tersedia, tergantung pada digital payment yang digunakan.hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat smartphone. Selain itu keamanan terkait data konsumen juga akan terjaga dengan aman, keudian setiap data transaksi juga akan tercatat secara akurat dan otomatis pada aplikasi digital payment yang digunakan.

c. Meningkatkan kepuasan pelanggan

Dengan beragamnya pilihan cara pembayaran, maka konsumen tentunya akan lebih leluasa dalam melakukan transaksi keuangan menggunakan digital payment.

d. Menghemat *processing cost* dan menjadi lebih transparan

Jika tertarik untuk menyediakan suatu layanan pembayaran tertentu, tentunya harus melakukan kerja sama dengan pihak bank agar menginstall mesin EDC, Mengutip dari laman bri.co.id EDC merupakan mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran dengan kartu kredit, kartu debit dan kartu *prepaid*. Nominal biaya tersebut tergantung dari kebijakan setiap bank, kemungkinan akan dikenakan biaya admin per transaksi. Bila dihitung secara keseluruhan, maka total *processing cost* yang harus ditanggung oleh perusahaan akan cukup besar.

Akan tetapi Jika menggunakan *digital payment* sebagai penyedia layanan khusus, seperti *e-money*, maka proses biaya cenderung lebih murah, lalu, setiap data transaksi pembayaran *digital payment* juga cenderung lebih transparan. Transparansi merupakan suatu hal yang sangat penting, hal ini bisa di dapatkan apabila menggunakan *digital payment*.

e. Minim kontak

Di kondisi pandemi Covid-19 seperti sekarang banyak orang yang mencari cara agar bisa meminimalisir kontak dengan siapapun. Tujuannya agar bisa mencegah diri dari Covid-19. Untuk itu, kegiatan transaksi yang minim kontak sangat diperlukan. Dengan menggunakan *digital payment* sebagai opsi

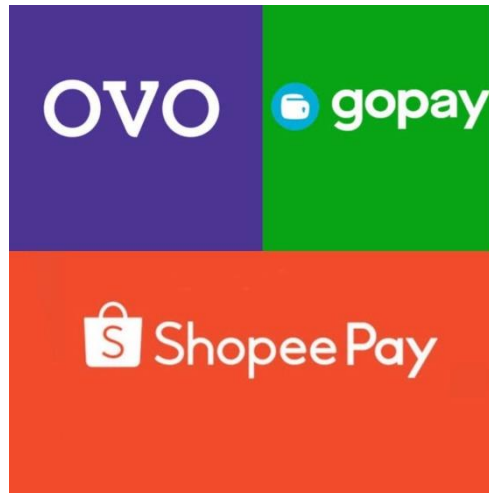
pembayaran tentunya proses pembayaran akan bisa diselesaikan tanpa adanya kontak sama sekali antara pihak konsumen dan pihak staff.

1. Dimensi *digital payment*

Dimensi-dimensi dari *digital payment* adalah sebagai berikut:

- a. *Service quality*: kualitas pelayanan dalam model tersebut merujuk pada kualitas dukungan saat menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- b. *Actual use*: penggunaan (*usage*) merujuk pada jumlah waktu yang dihabiskan penggunaan teknologi
- c. *Perceived enjoyment*: kenikmatan menggunakan sistem pembayaran elektronik secara signifikan mempengaruhi keputusan pengguna.
- d. *Perceived ease of payment*: mengacu pada kemudahan dalam memahami dan menjalankan sistem pembayaran.
- e. *Perceived benefit*: merupakan penilaian keuntungan sistem pembayaran elektronik ke pelanggan, dan segala penggunaan sumber (*source*) termasuk waktu yang diperlukan dalam penerimaan dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik.
- f. *Perceived speed*: Kecepatan dalam hal ini, merujuk pada pertukaran informasi pembayaran harus mampu mengarah kepuasan pengguna dengan sistem.
- g. *Efficiency*: mengacu pada kepraktisan pengguna menggunakan metode pembayaran.

- h. *Security*: dimensi keamanan dalam model ini terkait penyediaan akses yang aman untuk seluruh aplikasi dan fasilitas yang tersedia.



Gambar 2. 2 *Digital payment* yang paling sering digunakan di Indonesia

2. Ovo

Ovo merupakan layanan dompet digital milik LippoX. OVO pertama kali diluncurkan pada maret 2017 dan berda dibawah naungan PT Visionet Internasional pada juli 2018 OVO merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *fintech* atau uang digital. OVO menyediakan layanan transaksi seperti pembayaran tagihan listrik, telepon, internet, pembayaran alat transportasi Grab, pembayaran *delivery order* melalui aplikasi transportasi Grab. Hingga tahun 2020 jumlah pengguna yang menggunakan ovo tercatat ada 53% dan pengguna yang memilih ovo sebagai pilihan utama sebesar 28%.

Standarisasi pembayaran OVO sudah menggunakan kode QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) yaitu standarisasi pembayaran kode QR dari Bank Indonesia. Menurut data per april 2021, OVO telah dipakai oleh lebih dari 300.000 outlet UMKM di seluruh Indonesia. Hal ini menjadi salah satu langkah

awal untuk mengetahui lebih lanjut tentang perilaku masyarakat dan finansial per individu pada masa pandemi Covid-19. Fitur yang disediakan OVO juga bermacam-macam.

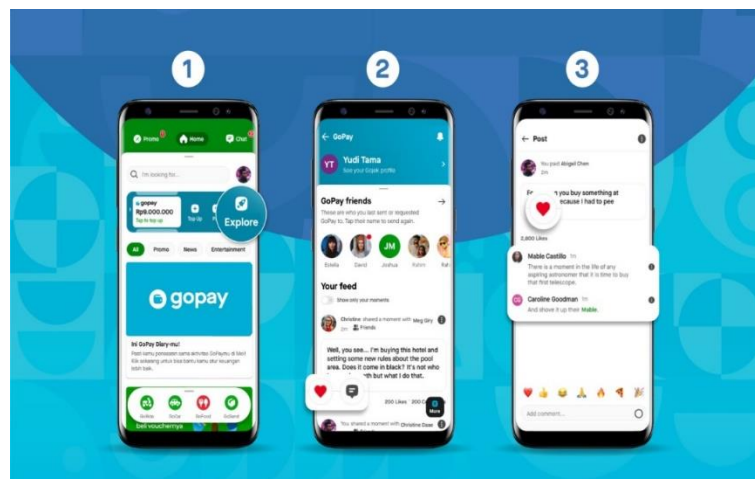
OVO juga memiliki fitur *premium*, fitur ini memberikan keuntungan bagi pengguna OVO, salah satunya ialah transfer ke sesama pengguna OVO atau transfer melalui bank tanpa dikenakan biaya apapun. Sistem pembayaran OVO sendiri terbagi menjadi dua macam yaitu *OVO point and cash*. *OVO cash* dapat dilakukan melalui sistem *top-up* melalui bank, *mobile banking*, *mini market*, atau melalui *outlet* yang bisa melayani jasa *top-up* saldo OVO. Sedangkan untuk *OVO point* merupakan hasil *cashback* dari transaksi yang dilakukan di OVO.



Gambar 2. 3 Aplikasi OVO

3. Gopay

Aplikasi gopay merupakan platform dompet digital milik Gojek Indonesia. Gopay hadir memberikan layanan transaksi melalui Gojek seperti Goride, Gocar, Gosend, Gofood, Gopulsa, Gosend, Goshop, Gopoint, Gobills. Sama seperti layanan dompet digital lainnya, untuk men *top-up* saldo pada aplikasi gopay, bisa dilakukan melalui ATM, mini market atau bisa melalui mitra gojek. Adapun batas maksimal pengisian saldo Gopay minimum yaitu sebesar Rp.10.000 dan batas saldo maksimum sebesar Rp.10.000.000

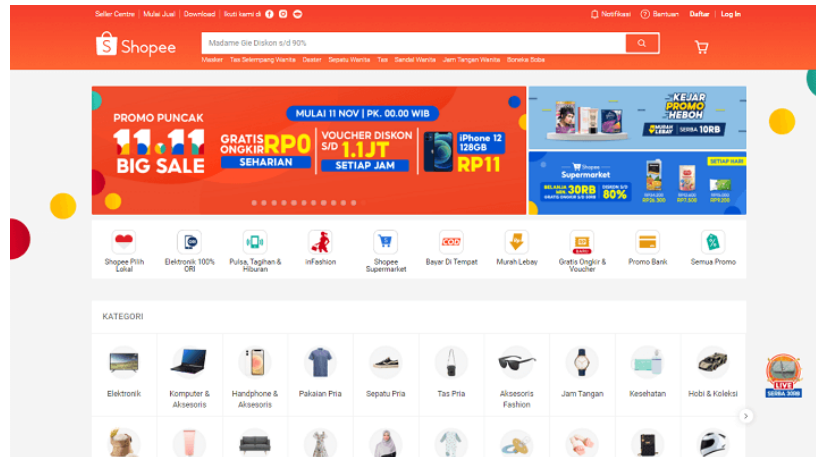


Gambar 2. 4 Fitur Gopay Pada Aplikasi Gojek

4. Shopeepay

Pembayaran digital *shopeepay* merupakan dompet digital milik shopee yang tidak lain merupakan anak perusahaan dari Sea Group. *Shopeepay* hadir untuk mempermudah para pengguna shopee untuk berbelanja lewat *e-commerce* tersebut. Tidak hanya berbelanja lewat shopee saja, metode pembayaran digital *shopeepay* juga bekerja sama dengan UMKM untuk membantu metode pembayaran secara digital, melalui scan QR yang disediakan shopeepay. Hal ini cukup menarik banyak perhatian masyarakat, sehingga banyak pelanggan yang

kini beralih menggunakan shopeepay sebagai metode pembayaran digital. Hingga kini tercatat kurang lebih 50 juta pelanggan yang telah memakai shopeepay.



Gambar 2. 5 Fitur Shopeepay pada Aplikasi Shopee

2.2 Tinjauan Pustaka

Tabel 2. 1 Daftar Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul penelitian	Hasil	Jurnal
1	Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, Jubaedah Nawir, Marlina (2021)	Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada <i>cashless society</i>	Kontribusi Generasi Z sebagai generasi muda terbesar yang menggunakan alat pembayaran non tunai diharapkan untuk meningkatkan literasi keuangan karena akan berdampak pada perilaku keuangan yang dimiliki terutama dengan adanya <i>cashless society</i> . Selain itu gaya hidup dinamis akan mempengaruhi perilaku keuangan.	Jurnal Visionida, Volume 7 no. 2 Desember 2021
2	Aditya Ferdiansyah, Nunuk triwahyu ningtyas (2021)	Analisis Layanan <i>Financial Technology</i> dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	Layanan <i>financial technology</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. hal tersebut dapat diartikan bahwa	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Managemn Vol.6.No.1 2021

			semakin tinggi tingkat penggunaan dan manfaat layanan <i>financial technology</i> maka akan meningkatkan perilaku keuangan mahasiswa.	
3	Aldila Iradianty & Bayu Rima Aditya (2020)	Indonesian Student Perception Digital payment	Faktor kenyamanan penggunaan layanan merupakan alasan utama mahasiswa sering menggunakan <i>digital payment</i> dengan frekuensi penggunaan sebanyak 5 sampai 8 kali dalam sebulan.	Jurnal Manajemen Bisnis Vol 17, No.4, Oktober 2020
4	Song yee leng, Ameen Talib & Ardi Gunardi (2018)	Financial Technologies: A note on Mobile payment	<i>Mobile payment</i> menawarkan kemudahan dan penghematan biaya dalam mengelola keuangan mereka, dengan teknologi keuangan seperti <i>mobile payment</i> memberikan pilihan yang luas bagi konsumen. Contohnya melakukan pembayaran dan mentransfer uang dengan cepat.	Jurnal keuangan dan perbankan Universitas Merdeka Malang. Vol.22, No.1, Januari 2018 hal 51-62
5	Tanpat Kraiwanit, Panya Panpon & Sunantha Thimthong (2020)	<i>Cashless Society in Thailand</i>	Faktor yang mempengaruhi adanya perilaku <i>cashless</i> adalah dengan kemudahan-kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh <i>mobile payment</i>	<i>Review of integrative business and economics research, vol 8 supplementary issue page 44-56</i>
6	Teti Anggita Safitri (2021)	Kontribusi <i>fintech payment</i> terhadap perilaku	Dengan adanya perkembangan <i>fintech</i> dibidang keuangan	Jurnal Ekonomi Manajemen

		Manajemen Keuangan di masa pandemi covid 19	dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan <i>digital payment</i> menyebabkan masyarakat lebih banyak menggunakannya untuk membeli barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan saja, hal tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat.	Sumber daya Vol 23, No 2, Desember 2021
7	John Tampil Purba, Sylvia Samuel, Sidik Budiono (2021)	<i>Colaboration of Digital Payment Usage Decision in Covid-19 Pandemic Situation : Evidence From Indonesia</i>	Kehadiran <i>digital payment</i> di masa pandemi covid-19 membuat konsumen memilih <i>digital payment</i> sebagai opsi pembayaran yang tentunya dapat di unduh melalui <i>getget</i> masing-masing. Keamanan serta kemudahan menjadi alasan konsumen untuk tetap menggunakan <i>didigital payment</i> .	Internasional Journal of Data and Network Science
8	Firman Katon, Ulfa Yuniati (2020)	Fenomena Cashless Society dalam pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi simbolik pada generasi milenial)	Hasil penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi penggunaan Ovo sebagai opsi pembayaran yang dipilih dalam penelitian ini. Pertama, Ovo menawarkan banyak promo yang disukai oleh banyak	Jurnal Signal Volume 8, No 2 Juli (2020)

			mahasiswa. Kedua, faktor ajakan, adanya ajakan dari orang sekitar. Ketiga, faktor kemudahan dalam menggunakan ovo.	
9	Maria Kristina Situmorang (2021)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran pada masa pandemi Covid 19	Perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik, di kota medan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dapat di jelaskan bahwa faktor sosial, gaya hidup. Status sosial, berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa.	Jurnal Ilmiah magister manajemen (Maneggio) vol 4, 1 Maret (2021)
10	Rizki Budi Ericaning tyas, Bambang Minarso	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat penggunaan sistem pembayaran e-wallet di masa pandemi Covid-19	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa <i>perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Semakin besar persepsi pengguna e-wallet dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Semakin besar persepsi pengguna bahwa mudahnya menggunakan e-wallet, maka semakin tinggi pula penggunaan e-wallet. Sedangkan persepsi resiko penggunaan e-wallet tidak	Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Auditing vol.2 Hal 1-20

			berpengaruh signifikan.	
11	Sumit Argawal, Yeow Hwee Chua (2020)	<i>Fintech and household finace: a riview of empirical literature</i>	<i>Fintech</i> telah terbukti mengubah semua aspek keuangan dalam rumah tangga. <i>Fintech</i> membantu mempelancar konsumsi rumah tangga melalui pembayaran dan peminjaman yang lebih efesien.	<i>China finace review international</i> Vol.10 no.4 2020
12	Shinki Katyayani Pandey (2022)	<i>A Study on Digital & consumer perception</i>	<i>Digital payment</i> mempengaruhi perilaku pembayaran seseorang. Adanya adopsi pembayaran <i>digital</i> diperkirakan akan meningkatkan perekonomian secara umum.	<i>Journal of positive school psychology</i> 2022, Vol 6 No.3

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 *Digital payment* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan

Kehadiran *digital payment* ditengah masyarakat luas tentunya sangat membantu dalam hal pembayaran. Munculnya pandemi membuat *digital payment* semakin sering digunakan. Adanya peraturan *contactless* membuat masyarakat semakin sering berbelanja melalui *online shopping*. Yang tentu saja disertai dengan berbagai macam pilihan pembayaran *digital* seperti OVO, Gopay, *shopeepay*, pilihan pembayaran digital lainnya. *Digital payment* merupakan salah satu metode keuangan pilihan dalam hal pembayaran *Digital payment*, menawarkan kemudahan dalam bertransaksi, memberikan banyak promosi

diskon. Tentu saja hal tersebut jarang ditemui ketika bertransaksi secara tradisional. Maka dengan hadirnya *digital payment* dapat menarik banyak peminat. Semakin banyak *user* yang memakai *digital payment* maka perilaku keuangan mahasiswa menjadi lebih baik, dikarenakan semua catatan pengeluaran tersimpan dan tercatat secara rinci, saldo pada *digital payment* akan mudah terkontrol melalui *digital payment* yang digunakan.

Bedasarkan penelitian yang dikemukakan (Nugraha & Sari, 2021) bahwa *digital payment* yang digunakan dalam penelitian ini ialah OVO berpengaruh terhadap perilaku keuangan. dengan objek penelitian yaitu ibu rumah tangga di kecamatan Kedawung Cirebon. Berdasarkan pemahaman, dan manfaat mengenai OVO sudah baik. Pernyataan hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian (Mukti et al., 2022) menunjukan bahwa *fintech payment* yang dalam penelitian ini ialah *digital payment* memiliki perilaku positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan karena pemahaman dan pemanfaatan *fintech* yang dilakukan secara maksimal. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Erlangga dan Krisnawati (2020) menunjukan bahwa *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hipotesis pertama ini, berkaitan dengan teori TAM, dimana *digital payment* merupakan salah satu fitur aplikasi berbasis keuangan modern yang mulai diterima masyarakat luas, dan menjadi opsi dalam pembayaran dimasa pandemik seperti sekarang.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu:

H1: *Digital Payment* Berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan

2.3.2 Apakah ada perbedaan penggunaan *digital payment* terhadap perilaku keuangan sebelum dan selama pandemi covid-19

Perilaku keuangan dapat berubah seiring waktu, adanya masa transisi sebelum dan selama pandemi, menimbulkan perbedaan volume transaksi keuangan menurut data Bank Indonesia (2018) yang pada umumnya sebelum pandemi, masyarakat lebih sering menggunakan uang *cash* untuk bertransaksi, namun pada saat pandemi, kini masyarakat lebih memilih untuk menggunakan *digital payment* sebagai salah satu metode pembayaran di masa pandemic covid-19. Berdasarkan peneliatian dari Alamanda Putri et al., n.d.(2021) penggunaan *digital payment* pada Mahasiswa Jabotabek. Adapun *digital payment* yang digunakan ialah OVO, dana, *shopee pay*, Gopay, LinkAja Flip, Jenius. Menjelaskan bahwa di bandingkan dengan sebelum pandemi, jumlah pengguna *digital payment* lebih sedikit dibandingkan pada saat pandemi, perubahan dapat terjadi karena jangkauan pengguna *digital payment* lebih luas dan kesesuaiannya dengan keadaan pandemi seperti saat ini. Maka dapat disimpulkan pada masa pandemi mahasiswa lebih tertarik menggunakan *digital payment*. Ferdiansyah & Triwahyuningtyas (2021) dalam penelitiannya layanan *financial technology* yang dalam penelitian ini ialah *digital payment*, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, artinya semakin tinggi dan baik penggunaan layanan *financial technology*, maka dapat dikatakan perilaku keuangan mahasiswa semakin baik. Hipotesis kedua menggunakan kontruksi dari salah satu teori TAM yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat). Munculnya perbedaan terhadap perilaku keuangan sebelum dan selama pandemi covid-19, muncul karena tingkat

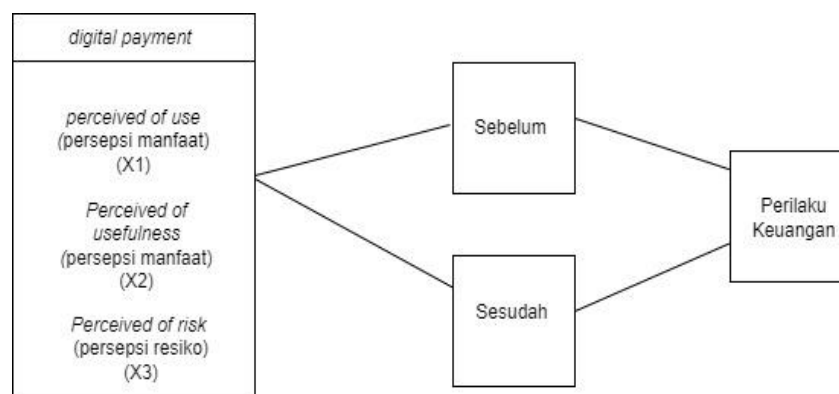
kebermanfaatan *digital payment* tmeningkat karena adanya peraturan PSBB yang berlangsung selama pandemi, mengakibatkan masyarakat banyak beralih menggunakan *digital payment*.

Bedasarkan pemaparan diatas, maka dapat diambil kesimpulan dari hipotesis ini ialah:

H2: terdapat perbedaan penerapan *digital payment* terhadap perilaku keuangan sebelum dan selama pandemi covid-19

2.3 Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah. M. Hariwijaya (2015). di dalam kerangka tersebut terdapat skema singkat mengenai alur penelitian, yang menggabarkan proses penelitian. Yang dalam hal ini *digital payment* dan perilaku keuangan yang menjadi topik penelitian ini.



Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran