

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Literasi Keuangan**

Istilah literasi keuangan pertama kali diciptakan tahun 1787 di Amerika Serikat, ketika John Adams dalam sebuah surat yang ditunjukkan kepada Thomas Jefferson mengakui perlunya literasi keuangan untuk mengatasi kebingungan dan tekanan yang meluas di Amerika yang telah muncul karena ketidaktahuan terhadap kredit, sirkulasi dan sifat dari koin (Korps Keuangan, 2014). Literasi keuangan juga telah ditemukan memiliki efek pada perilaku keuangan

Saat ini kemampuan mengolah keuangan pribadi secara efektif sangatlah penting. Mencangkup seluruh lapisan masyarakat dari segala kalangan dan latar belakang. Menurut Ningsih dan Manurung (2021) Literasi keuangan mengacu pada pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam rangka meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk kesejahteraan masa depan. () Bukan hanya sekedar pengetahuan untuk mengelola keuangan saja, namun juga dapat dilakukan dalam perilaku tiap individu untuk meningkatkan literasi keuangan. Menurut Kaly et al. (2008) Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami kondisi dan konsep keuangan serta menerapkan pengetahuan tersebut secara tepat dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut (Latifiana, 2022) literasi keuangan adalah kapasitas atau keahlian individu yang mencakup wawasan dan informasi untuk mengawasi anggaran individu sehingga terjadi kemakmuran. Individu dengan pemahaman mengenai literasi keuangan dapat menjadikan individu lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa. Literasi keuangan yang tepat dapat memungkinkan individu untuk memilah barang, mengelola keuangan dengan tepat, dan memperbaiki masa depan. yang akan mereka miliki (Manik & Bukhori, 2019). Literasi keuangan juga telah ditemukan memiliki efek pada perilaku keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014).

Dari penjelasan beberapa ahli mengenai pentingnya kemampuan keuangan, ada yang berpendapat bahwa pendidikan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengawasi keuangan, memahami keadaan keuangan dan memahami prinsip-prinsip keuangan agar dapat hidup sejahtera mulai dari sekarang..

Literasi keuangan dapat membentuk perilaku dan pola konsumsi yang tidak konsumtif saat berbelanja pada generasi millennial, termasuk diantaranya dalam menggunakan aplikasi belanja online dengan metode pembayaran *gopaaylater* yang sedang marak dikalangan generasi millennial. Hal ini karena setiap pengeluaran atau transaksi yang dilakukan menggunakan metode pembayaran *Gopaylater* telah direncanakan atau dianggarkan terlebih dahulu agar tidak konsumtif dalam belanja online.

Menurut Chen dan Volpe (Ulfatun et al., 2016: 4), literasi keuangan memiliki beberapa aspek, antara lain :

1. Pemahaman mengenai pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
2. Pemahaman mengenai pinjaman dan tabungan misalnya, kartu kredit, dan penggunaan kartu ATM.
3. Pengetahuan mengenai asuransi serta jenis produknya, misalnya asuransi kendaraan, asuransi kesehatan, dan lain lain.
4. Pengetahuan mengenai hal yang berhubungan dengan investasi misalnya, jenis produk investasi seperti saham, obligasi, reksa dana, pemahaman soal risiko dari investasi.

Tingginya literasi keuangan seseorang juga akan meningkatkan kesejahteraannya dalam segi keuangan. Menurut Houston (2010) mengusulkan sebuah model mencangkup hubungan antara literasi keuangan, pengetahuan, pendidikan, perilaku, dan kesejahteraan finansial. Dalam model ini, literasi keuangan bersumber dari modal manusia dan pendidikan keuangan. Terdapat pengaruh lain seperti demografi, budaya, dan pengaruh keluarga yang terkait dengan perilaku keuangan.

#### 2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)

Sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tidak memerlukan upaya mental atau fisik apa pun itulah yang dimaksud dengan “kemudahan penggunaan”. Bahkan jika seseorang yakin sistem ini berguna, mereka mungkin akan kesulitan menggunakannya. (Davis, 2017:320).

Jogiyanto (2015:1909) menyatakan bahwa kegunaan nyata ditandai dengan sejauh mana seseorang menerima bahwa penggunaan suatu inovasi akan membebaskan dirinya dari pengerahan tenaga.

Penjelasan sejumlah ahli di atas menunjukkan bahwa keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan inilah yang memberikan kesan kemudahan pada masyarakat. Seseorang akan menggunakan suatu sistem informasi jika ia merasa mudah untuk menggunakannya.

Kenyamanan yang terlihat adalah tingkat dimana seseorang menerima bahwa memanfaatkan inovasi itu sederhana dan tidak membutuhkan banyak tenaga dari klien.. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan dari pengguna.

Venkatesh dan Davis (2016:45) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. *Easyness* adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup ecommerce kemudahan ini mengacu pada semudah apa website dapat dijalankan oleh individu.
2. *Clear and understandable* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan. Dalam ruang lingkup e-commerce, clear and understandable mengacu pada sebuah website yang memiliki content yang mudah dipahami.

3. *Easy to learn* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup e-commerce, dimensi ini mengacu pada sejauh mana sebuah website dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.
4. *Overall easiness* adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dalam lingkup e-commerce, dimensi ini mengacu pada kemudahan secara keseluruhan yang dirasakan dalam menggunakan website.

#### 2.1.3 Risiko

Menurut kamus ekonomi, risiko adalah peluang dimana hasil yang sesungguhnya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan atau kemungkinan nilai yang hilang atau diperoleh yang dapat diukur. Definisi risiko berbeda-beda tergantung pada tujuannya, sehingga definisi risiko yang tepat jika dilihat dari sudut pandang adalah exposure terhadap ketidakpastian pendapatan (Eddie, 2002). Menurut Arthur J. Keown (2000), risiko adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai (operasional sebagai deviasi standar). Menurut Prof. Dr. Ir. Soemarno, M.S, risiko merupakan suatu kondisi yang muncul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi.

Risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung (Philip, 2004). Menurut Nizar (2020) Ketika menggunakan fintech, pengguna akan menerima risiko sebagai sebuah

ketidakpastian. Menurut Ariani (2017) Pertaruhan pemanfaatan produk fintech ini dapat menimbulkan dampak buruk yaitu merugikan nasabah. Terdapat lima indikator risiko, antara lain sebagai berikut

1. *financial risk*
2. *functional risk*
3. *psychological risk*
4. *physical risk*
5. *social risk*

Tingkat kepercayaan seseorang menurun sebanding dengan tingkat risiko yang dihadapinya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat peluang yang diperoleh individu, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan individu tersebut. Jika risiko meningkat, (Rahim, 2017) :

1. Sedikitnya informasi tentang produk.
2. Produk merupakan sesuatu yang baru.
3. Tingginya harga produk.
4. Produk tersebut sangat kompleks.
5. Keyakinan diri pengguna dalam mengevaluasi merek rendah.
6. Pentingnya produk tersebut bagi pengguna.

Semakin tinggi risiko yang dihasilkan, maka pengguna akan terdorong untuk menghindari penggunaan produk tersebut. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi risiko diantaranya sebagai berikut apabila (Rahim, 2017).

1. Ada risiko yang ditimbulkan.
2. Ada kerugian yang dialami.
3. Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko.

#### 1.1.4 *Fintech Payment (Paylater)*

Financial Technology atau teknologi keuangan dapat diartikan sebagai perusahaan atau entitas yang menggabungkan layanan teknologi dengan layanan jasa keuangan sehingga sering disebut creative disruption di sektor keuangan dan mampu mengubah susunan yang ada sebelumnya (Rumondang, 2019).

Industri jasa keuangan sedang mengalami perubahan dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya oleh teknologi keuangan (*Fintech*) (Frostet al. 2019). Perencanaan keuangan, kesejahteraan finansial, dan ketimpangan ekonomi semuanya telah dipengaruhi oleh perkembangan *Fintech*, termasuk pembayaran seluler, penasihat robot, platform investasi berbasis aplikasi, dan solusi perbankan online (Frame, Wall, dan White 2019). *Fintech* mungkin dapat meningkatkan kapasitas moneter. Bisnis dan tahapan baru yang menggunakan inovasi untuk mengerjakan anggaran individu dan memperlancar proses perencanaan keuangan tidak hanya menyusun perangkat keuangan yang akan datang, tetapi juga meyakinkan dan bekerja dengan pelatihan keuangan. Bekerja pada keahlian moneter dan lainnya (mekanik, kesejahteraan politik, ekologis) memberdayakan orang untuk lebih mudah tertarik dengan penalaran buatan manusia (Aun, 2017). Salah satu kemajuan fintech yang saat ini sedang tenar di kalangan

masyarakat umum, khususnya generasi milenial adalah *paylater*. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia *paylater* adalah sistem pembayaran yang ditunda, dengan kata lain kita bisa membeli barang tanpa harus membayar langsung tapi sebagai gantinya tiap kita membayar tiap bulan beserta bunganya.

Salah satu perusahaan starup yang menggunakan system *paylater* adalah Gojek dengan *Gopaylaternya*. Nadiem Makarim mendirikan perusahaan teknologi transportasi online Gojek yang memulai debutnya di Jakarta pada tahun 2010. Saat itu, Gojek hanya memiliki dua puluh pengemudi yang menyediakan transportasi roda dua dan layanan penerimaan pesanan antar-jemput selama empat tahun melalui satu layanan. pusat panggilan. Gojek merilis aplikasi pada tahun 2015 dengan tiga fitur layanan awal sebagai berikut: GoRide, GoSend, dan GoMart yang dapat diakses melalui sistem kerja berbasis Android dan iOS serta dapat digunakan oleh lokal klien Gojek. Aplikasi Gojek merupakan teknologi transportasi online yang menawarkan lebih dari 20 fitur layanan, antara lain transportasi antar jemput, layanan antar makanan, pengiriman barang, belanja kebutuhan rumah tangga, pembayaran, layanan pijat, pembersihan rumah dan kendaraan, serta masih banyak fasilitas lainnya yang dapat digunakan masyarakat dan diakses melalui aplikasi Gojek di smartphone melalui jaringan internet.

Sistem pembayaran merupakan layanan *fintech* dengan tingkat pertumbuhan tercepat. Indikator *Fintech Payment* mengacu pada penelitian



dari (Kim et al., 2016). Adapun indikator dalam variabel ini, yaitu sebagai berikut :

1. Mobilitas Personal

Kesiapsiagaan seseorang untuk bergerak dalam menghadapi perubahan dengan begitu maka sistem pembayaran online mungkin akan lebih memudahkan personal mobility.

2. Kegunaan Relative

Seseorang merasakan manfaat dan kemudahan yang digunakan dalam penggunaan sistem dan lainnya

3. Kemudahan Penggunaan

Tingkat harapan pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan, seseorang merasa percaya bahwa apa yang dilakukan untuk sistem pembayaran merasa mudah dan gampang.

4. Kredibilitas Layanan

Presepsi seseorang terhadap layanan yang bisa dipercaya atas kepercayaan yang ada pada umumnya

5. Pengaruh Sosial

Usaha yang dilakukan seseorang dan perilaku yang dilakukan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan tingkah laku. Perhatian Terhadap Privasi

6. Perhatian Terhadap Privasi

Seseorang yakin dan percaya akan urusan privasi masing-masing dan urusan pribadi yang dipunya

## 7. Self Efficacy (keyakinan diri)

Seseorang yakin dan percaya atas kemampuan diri sendiri sehingga mampu dapat melakukan hal apapun dan merasa bisa tanpa meminta bantuan kepada orang lain.

## 2.2 Peneliti Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi. Penelitian tersebut adalah :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil
1	Claude Bernard Lontchi, Baochen, dan Kabir Musa Shuaib (2023)	<i>Effect of Fiancial Technology on SMEs Performance in Cameroon amid COVID-19 Recovery : The Mediating Effect of Financial Literacy</i>	Hasil investigasi ini menunjukkan: 1. Minat memanfaatkan fintech didorong oleh literasi keuangan. 2. Kinerja UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh fintech 3. Kinerja UMKM tidak banyak terpengaruh oleh literasi keuangan.
2	Thi Anh Nhu Nguyen (2022)	<i>Does Financial Knowledge Matter in Using Fintech Services?</i>	Temuan penelitian ini menunjukkan:

		<i>Evidence from an Emerging Economy.</i>	<p>1. Edukasi moneter sangat erat kaitannya dengan penggunaan fintech.</p> <p>2. Para lansia terkena dampak negatif dari fintech.</p>
3	Rahayu Rusli, Jumawan, Jasman, Asriany, dan M Anugrah Ardhana (2023)	<i>The Effect of Financial Literacy on Interest in Using Fintech Payments on the Shopee Application</i>	<p>Temuan penelitian ini menunjukkan:</p> <p>Nilai koefisien regresi positif (0,376), nilai koefisien determinasi (0,137), hasil uji t diperoleh thitung &gt; ttabel (<math>3,678 &gt; 1,992</math>), dan nilai signifikan kurang dari 0,05 (0,0000,05) semuanya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dengan minat pengguna teknologi finansial yang lebih memilih membayar nanti (<i>paylater</i>) di Shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 (Hal ini menunjukkan bahwa minat pengguna aplikasi shopee</p>

			dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan.
4	Selvy Diana Putri (2022)	Pengaruh Literasi keuangan terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Payment (Paylater)</i> Pada Shopee.	<p>Temuan penelitian ini menunjukkan:</p> <p>1. Minat memanfaatkan fintech pembayaran (<i>paylater</i>) yang dilakukan Shopee didorong oleh literasi keuangan. Hal ini ditunjukkan dengan mendapatkan nilai koefisien relaps positif dengan derajat kritis <math>0,041 &lt; 0,05</math>, dan itu berarti spekulasi utama dari penelitian ini diakui.</p> <p>2. Minat penggunaan fintech pembayaran (<i>paylater</i>) oleh Shopee didorong oleh kemudahan. Hipotesis kedua penelitian ini diterima karena nilai koefisien regresi positif</p>

			<p>dengan tingkat signifikansi 0,000 0,05 menunjukkan hal tersebut.</p> <p>3. Minat penggunaan fintech pembayaran (<i>paylater</i>) oleh Shopee didorong oleh risiko. Hipotesis ketiga penelitian ini diterima karena nilai koefisien regresi positif dengan tingkat signifikansi 0,000 0,05 menunjukkan hal tersebut.</p>
--	--	--	--

## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Gopaylater)*

literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam mengelola keuangan, memahami kondisi keuangan serta memahami konsep-konsep keuangan agar dapat hidup sejahtera dimasa yang akan datang.

Pemanfaatan aplikasi belanja online dengan metode pembayaran gopaaylater yang saat ini sedang populer di kalangan generasi milenial menjadi salah satu contoh bagaimana literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku dan pola konsumsi nonkonsumtif saat berbelanja. Hal ini dikarenakan setiap pengeluaran atau transaksi yang

dilakukan dengan metode pembayaran *Gopaylater* telah diantisipasi dan dianggarkan terlebih dahulu agar tidak terjadi pengeluaran berlebihan saat berbelanja online.

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka minat penggunaan fintech payment (*paylater*) akan semakin meningkat. Sedangkan semakin rendah tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka minat penggunaan fintech payment (*paylater*) akan semakin menurun.

Penelitian Mudrikah sebelumnya (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan berdampak positif terhadap minat menggunakan produk fintech. Hipotesis pertama penelitian ini dapat dikembangkan sebagai berikut, berdasarkan temuan :

**H1 : Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment (gopaylater)***

### 2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Gopaylater)*

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan dari pengguna.

Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika memiliki anggapan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah demikian menunjukkan bahwa suatu inovasi teknologi diciptakan guna mempermudah penggunaannya bukan untuk mempersulit penggunaannya.

Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka minat penggunaan fintech payment (*paylater*) akan semakin meningkat. Sedangkan semakin sulit aplikasi tersebut digunakan, maka minat penggunaan fintech payment (*paylater*) akan semakin menurun.

Penelitian terdahulu oleh Nurdin, Windah Nur Azizah, dan Rusli (2020) menunjukkan bahwa minat bertransaksi Fintech sangat dipengaruhi oleh kenyamanan. Berikut ini adalah bagaimana hipotesis kedua penelitian ini dapat dikembangkan berdasarkan temuan tersebut::

**H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment (gopaylater)***

### 2.3.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Gopaylater)*

Risiko adalah peluang dimana hasil yang sesungguhnya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan atau kemungkinan nilai yang hilang atau diperoleh yang dapat diukur.

Semakin tinggi risiko yang didapatkan saat menggunakan suatu teknologi, maka minat penggunaan fintech payment (*paylater*) akan

semakin menurun. Sedangkan semakin rendah risiko yang didapatkan dari penggunaan suatu teknologi, maka minat penggunaan *fintech payment (paylater)* akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut:

**H3 : Risiko Berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *fintech payment (gopaylater)*.**

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya dengan berpedoman dari landasan teori, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta pengembangan hipotesis, maka berikut ini dapat dikemukakan kerangka konseptual sebagai berikut.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

