

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Financial Technology

Dinamika perekonomian yang terus menerus mengalami perkembangan telah memaksa para pelaku usaha untuk turut serta mengikuti perkembangan. Hingga dimana kini perkembangan telah memasuki era digital, yang mana kini persaingan dalam dunia bisnis tidak hanya berbasis pada *face to face*, namun juga dunia bisnis berbasis *software*, *web* dan *internet*. Perusahaan-perusahaan yang berbasis *software*, *web* dan *internet* kini bahkan mulai menunjukkan eksistensinya dalam dunia perekonomian dengan melakukan sebuah terobosan baru yang menyediakan layanan bertransaksi dengan lebih mudah hanya dengan menggunakan *internet* sebagai sarana perantaranya, yang kini kita sebut sebagai *Fintech* atau *Financial Technology*.

Menurut (Wahjono et al., 2023) *fintech* merupakan sebuah inovasi dalam sektor keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi dan menjadikan proses bertransaksi dapat dilakukan dengan lebih praktis, efisien, nyaman dan juga ekonomis. Inilah salah satu alasan mengapa perkembangan *fintech* menjadi begitu cepat dalam beberapa tahun terakhir, karena pengaruh perkembangan teknologi digital dengan segala fitur dan kemudahannya, menjadikan masyarakat yang tengah memiliki banyak pekerjaan ingin menyelesaikan pekerjaan lain dengan waktu yang lebih singkat dan mudah. Sedangkan menurut (Nizar, 2017) *fintech* merupakan

sebuah inovasi dalam layanan keuangan yang menghasilkan model-model bisnis seperti aplikasi, proses serta produk-produk yang berkaitan dengan penyediaan jasa layanan keuangan.

Menurut (Firmansyah et al., 2023) hadirnya *fintech* menjadikan masyarakat menjadi lebih mudah dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan berbagai transaksi seperti melakukan pembayaran, pinjaman, investasi serta asuransinya. Karena dengan *fintech*, kini masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung, masyarakat juga dapat melakukan pinjaman tanpa harus pergi ke bank, bahkan dengan *fintech* masyarakat dapat mengetahui dan memilih produk keuangan apa saja yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, misalnya produk dalam melakukan investasi serta produk dalam memilih asuransi.

Menurut (Naution et al., 2021) terdapat beberapa jenis dalam *financial technology* atau *fintech*, yaitu sebagai berikut :

1. *Crowdfunding* : (Wahjono et al., 2021) crowdfunding merupakan suatu cara bagi orang, organisasi bahkan bisnis untuk dapat mengumpulkan dana melalui suatu *platform* yang kita sebut sebagai *platform crowdfunding*. Yang mana dana ini digunakan untuk mendanai kembali aktifitas atau proyek yang mereka kerjakan. Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam proses ini, yaitu pemilik proyek, publik yang menyediakan dana dan penyedia *platform*.
2. *Microfinancing* : merupakan salah satu jenis *fintech* yang memberikan pinjaman bagi masyarakat menengah ke bawah, ini dikarenakan masih

banyak masyarakat menengah ke bawah yang merasa kesulitan untuk mengakses ke bank, sehingga kehadiran microfinancing menjadi jembatan langsung antara pembeli pinjaman kepada calon peminjam.

3. *Digital Payment System* : merupakan salah satu jenis *fintech* yang tengah marak di gunakan karena *digital payment system* menyediakan layanan jasa keuangan yang memberikan kemudahan, efektif dan efisien dalam melakukan transaksi.
4. *E-aggregator* : salah satu jenis *fintech* yang menyediakan *platform* yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam mencari informasi untuk memilih dan mengambil keputusan mengenai produk keuangan.
5. *P2P Lending* : (Aulia & Wahjono, 2023) suatu mekanisme yang menghubungkan antara peminjam dana dengan investor yang menyediakan dana pada satu *platform* yang sama.

2.1.2 Tingkat Keberhasilan

Menurut (Gustiono, 2019) evaluasi pada suatu sistem yang telah diciptakan atau diterapkan oleh suatu perusahaan merupakan suatu hal yang dapat dikatakan penting. Karena dengan adanya pengevaluasian perusahaan dapat mengetahui bagian-bagian mana yang perlu untuk ditingkatkan, diperbaiki bahkan dipertahakan. Selain itu dengan adanya pengevaluasian perusahaan dapat mengetahui apakah sistem yang tengah mereka terapkan dapat membawa pengaruh yang positif bagi para penggunanya dan juga bagi perusahaan.

Ini memberikan arti bahwa setiap hal yang dibuat, didirikan atau diciptakan pastinya telah memiliki tujuan dan keinginan yang ingin dicapai untuk masa yang

akan datang dengan segala persiapan dalam menghadapi rintangan dan kegagalan-kegagalan yang tanpa kita ketahui kapan tepatnya akan terjadi, meskipun terkadang terdapat beberapa hal yang hadir di luar perkiraan, sebuah perusahaan harus tetap menghadapinya demi tercapainya tujuan yang diinginkan dan keberhasilan yang diharapkan. Karena pada dasarnya penerapan suatu sistem hanya dihadapkan pada dua hal yakni keberhasilan atau kegagalan. Menurut (Antasari & Yaniartha, 2015) suatu sistem informasi dapat dikatakan telah berhasil atau sukses apabila dapat dijalankan dengan baik, mudah digunakan dan telah sesuai dengan teknologi yang ada. (Helmet, 2012 dalam Damayanti, 2019) keberhasilan merupakan suatu pencapaian terhadap keinginan yang sejak awal diniatkan untuk dicapai atau kemampuan untuk mengatasi kegagalan-kegagalan tanpa kehilangan semangat.

Menurut (DeLone & McLean, 1992) menjelaskan bahwa terdapat 6 dimensi yang dapat digunakan sebagai pengukuran kesuksesan atau keberhasilan suatu sistem informasi yang terdiri sebagai berikut :

1. Kualitas Sistem

Menurut (DeLone & McLean, 1992) kualitas sistem merupakan kemampuan suatu sistem dalam menyajikan informasi kepada penggunanya, karena kualitas sistem terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem itu sendiri. Menurut (Asyifa, 2020) kualitas sistem mengukur seberapa baik software dan hardware dalam menyediakan informasi bagi penggunanya.

2. Kualitas Informasi

Menurut (Asyifa, 2020) kualitas informasi merupakan ukuran dari keluaran sistem informasi, keluaran ini merujuk pada output dari sistem informasi yang menyangkut nilai, relevansi, manfaat, urgensi dan informasi dari sistem tersebut. Menurut (DeLone & McLean, 1992) kualitas informasi mencakup beberapa hal seperti keakuratan, ketepatan waktu, kelengkapan, relevansi, dan konsistensi.

3. Penggunaan

Menurut (Asyifa, 2020) penggunaan merupakan bagaimana sikap pengguna dalam menerima suatu sistem, atau dapat diartikan dengan seberapa sering informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan.

4. Kepuasan Pengguna

Menurut (Kotler, 2002 dalam Asyifa, 2020) kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan seseorang dari hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan terhadap suatu sistem yang mereka gunakan. Kepuasan pengguna merupakan salah satu hal yang penting ini karena dengan dimensi ini, perusahaan dapat mengetahui bagaimana respon pengguna terhadap sistem yang mereka terapkan.

5. Dampak Individual

Menurut (Asyifa, 2020) dampak individual merupakan dampak yang diberikan suatu sistem terhadap produktivitas, efisiensi, dan efektivitas kinerja terhadap seorang pengguna yang tengah menggunakan sistem tersebut. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak individual merupakan pengaruh informasi terhadap perilaku penggunanya.

6. Dampak Organisasi

Menurut (Asyifa, 2020) definisi dampak organisasi tidak jauh berbeda dengan dampak individual, yang membedakan hanyalah bagaimana suatu sistem dapat memberikan suatu dampak terhadap kinerja suatu organisasi yang mencakup produktivitas, efisiensi dan efektifitas kinerja.

(DeLone & McLean, 1992) menjelaskan bahwa keenam dimensi yang telah dijelaskan tersebut saling berhubungan, yang mana kualitas sistem dan kualitas informasi akan berpengaruh terhadap penggunaan yang mana penggunaan ini akan membawa kepuasan terhadap pengguna, yang nantinya akan memberikan dampak bagi individu serta dampak bagi organisasi.

2.1.3 Literasi Keuangan

Permasalahan perekonomian yang semakin pelik, bukan lagi menjadi hal yang aneh melihat bagaimana permasalahan perekonomian di dunia yang juga turut menjadi begitu kompleks. Menjadikan masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya memahami literasi keuangan dan pengelolaan pengeluaran pribadi mereka. Terlebih lagi perkembangan pada seluruh sektor industri, misalnya saja industri barang dan jasa dimana industri-industri ini mampu untuk selalu mengikuti perkembangan dan trend yang terjadi, hal ini dapat menjadi salah satu alasan masyarakat terkadang dapat menjadi konsumen yang impulsif tanpa memperhatikan pengeluaran yang telah dilakukan, hingga lupa bahwa seharusnya individu melakukan pembelian sesuai dengan apa yang dibutuhkan, bukan membeli sesuai dengan apa yang diinginkan.

Uang merupakan suatu hal yang sangat penting dan akan terus melekat dalam kehidupan, jika masyarakat terus buta akan pemahaman dalam mengelola dan manajemen keuangan mereka, kemungkinan krisis atau inflasi akan terus terjadi atau bahkan sudah mulai terjadi tanpa mereka sadari. Indonesia merupakan negara yang tingkat inflasinya terus meninggi dari tahun ke tahun, tentunya ini menjadikan timbulnya ketidakstabilan ekonomi masyarakat. Inilah mengapa pemahaman akan literasi keuangan sangat penting, karena pengetahuan dan pemahaman akan literasi keuangan dapat membuat masyarakat dapat lebih terencana dalam mengelola keuangan mereka.

Menurut (Arianti, 2021:2) literasi keuangan merupakan suatu ilmu yang harus di miliki oleh setiap individu, tujuannya adalah agar individu dapat terhindar dari krisis keuangan. Menurut (Jenisila, 2021) literasi keuangan merupakan suatu pemahaman mengenai risiko dan konsep keuangan yang diterapkan dalam kehidupan untuk mencapai kesejahteraan hidup khususnya dalam hal keuangan. Menurut (Huston, 2010) dimensi dalam literasi keuangan dibagi menjadi dua bagian, yakni dimensi pemahaman dan penerapan. (Chen & Volpe, 1998) mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan agar dapat hidup lebih sejahtera dimasa yang akan datang.

Menurut pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah suatu pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan entah dalam pengambilan keputusan keuangan dalam jangka pendek atau bahkan pengambilan keputusan keuangan untuk jangka panjang, selain itu literasi keuangan juga dapat membantu individu mampu untuk mempertimbangkan hal-hal yang perlu

dipertimbangkan dalam mengelola biaya-biaya yang diperlukan. Karena semakin baik tingkat pemahaman dalam literasi keuangan maka semakin baik pula kemampuan individu dalam manajemen keuangan mereka. Menurut (Herlinawati & Krisnawati, 2021) tanpa adanya pemahaman literasi keuangan yang baik, maka akan mempersulit individu untuk membuat keputusan finansial yang baik dan benar. Inilah mengapa literasi keuangan dapat dikatakan penting, karena tanpa adanya pemahaman mengenai literasi keuangan seorang individu tidak akan dapat manajemen keuangan secara optimal. Tingkat pemahaman literasi keuangan di Indonesia sendiri telah menjadi sebuah perhatian bagi pemerintahan, karena tingkat pemahaman akan pengelolaan keuangan yang rendah akan berdampak pada kestabilan perekonomian.

A. Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021) dalam SNLKI (2021-2025) terdapat beberapa prinsip dasar dalam literasi keuangan dengan tujuan untuk meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat. Prinsip tersebut dibagi menjadi 4 bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Terencana dan Terukur

Dimana kegiatan harus memiliki konsep yang tepat mengenai sasaran yang dituju, strategi dan kebijakan yang di buat, serta kebijakan yang dibuat oleh pelaku usaha jasa keuangan,

2. Berorientasi Pada Pencapaian

Mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan harapan kegiatan yang telah dilakukan dapat mencapai tujuan, yakni peningkatan masyarakat dalam memahami literasi keuangan,

3. Berkelanjutan

Tentunya kegiatan yang dilakukan memiliki demi suatu tujuan yang besar dengan harapan bahwa kegiatan ini dapat memiliki aspek dalam jangka waktu yang panjang pula. Dalam prinsip ini pelaku usaha jasa keuangan harus mengutamakan pemahaman masyarakat terhadap layanan jasa keuangan dan terhadap pengelolaan keuangan,

4. Kolaborasi

Kegiatan yang dilakukan tentunya tidak dapat berjalan sendiri, namun perlu adanya campur tangan para pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

B. Manfaat Literasi Keuangan

Pahamnya masyarakat akan pemahaman mengenai literasi keuangan, tentunya hal ini akan memberikan berbagai macam manfaat, bukan hanya untuk individu melainkan juga memberikan manfaat untuk negara dan lembaga keuangan. Menurut (Apriliana, 2020) terdapat banyak manfaat yang diberikan oleh literasi keuangan, yaitu sebagai berikut :

1. Individu

Literasi keuangan memiliki tujuan agar masyarakat dapat lebih memahami mengenai bagaimana pengelolaan keuangan yang baik sehingga membuat masyarakat setidaknya terhindar dari krisis

ekonomi. Selain itu adanya pemahaman mengenai literasi keuangan akan membuat masyarakat memiliki pemahaman, keterampilan dan kepercayaan dalam mengambil atau menggunakan jenis layanan dan produk keuangan. Masyarakat juga dapat mengerti mengenai risiko, manfaat dan biaya atas produk dan layanan jasa keuangan, juga dapat memahami hak dan kewajiban yang dimiliki saat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan. Literasi keuangan juga memiliki peran yang penting karena dengan adanya pengetahuan mengenai literasi keuangan, juga dapat meminimalkan tingkat penipuan akan produk-produk jasa keuangan yang memberikan keuntungan kecil dengan modal yang besar atau produk-produk jasa keuangan yang bersifat ilegal. Selain itu semua literasi keuangan juga mampu membuat masyarakat meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan waktu yang ada.

2. Negara

Dengan pemahamannya masyarakat akan literasi keuangan tentunya hal ini akan memiliki manfaat bagi negara. Karena pemahamannya masyarakat dengan literasi keuangan akan mampu membuat negara meningkatkan perekonomian dan memperkecil tingkat kemiskinan negara serta mampu membantu menstabilkan sistem keuangan.

3. Lembaga Keuangan

Alasan mengapa tingkat pemahaman literasi keuangan masyarakat mempengaruhi lembaga keuangan adalah, karena semakin tinggi

pemahaman masyarakat dengan literasi keuangan maka penggunaan produk dan layanan jasa keuangan juga akan meninggi. Adanya pemahaman literasi keuangan yang baik maka akan membuat lembaga keuangan untuk terus berinovasi untuk menciptakan dan mengembangkan produk dan layanan jasa keuangan.

C. Indikator Literasi Keuangan

Menurut (Chen & Volpe, 1998) terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur literasi keuangan pada seorang individu, yakni sebagai berikut :

1. Pemahaman yang merupakan pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi setiap individu,
2. Asuransi (*Insurance*) merupakan pengetahuan dasar seorang individu mengenai produk dan layanan asuransi yang tepat,
3. Investasi (*Investment*) ini juga merupakan pengetahuan dasar seorang individu terhadap produk-produk investasi mana yang benar-benar dapat menguntungkan bagi keuangan,
4. Tabungan dan Pinjaman (*Saving and Borrowing*) merupakan pengetahuan dasar yang tidak kalah penting untuk di miliki individu, karena dengan adanya pengetahuan mengenai tabungan dan pinjaman setidaknya individu akan terhindar dari krisis.

Pada beberapa indikator yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan selain menjadikan seorang individu memiliki pemahaman terhadap keuangan dan cara pengelolaannya, juga dapat memahami

produk dan layanan jasa keuangan yang tepat bagi masa depan dan kesejahteraan perekonomian.

2.1.4 Digital Payment System

Maraknya penggunaan teknologi yang semakin canggih di era digitalisasi ini, menjadikan masyarakat sadar bahwa ada cara untuk melakukan segala aktivitas yang tadinya merepotkan menjadi lebih mudah. Misalnya saja bertransaksi keuangan secara manual menggunakan objek yang kita sebut sebagai uang, kini mulai dianggap sebagai hal yang merepotkan. Pasalnya di era teknologi saat ini terdapat hal yang disebut sebagai *digital payment system* atau sistem pembayaran berbasis digital. *Digital payment system* merupakan salah satu inovasi *fintech* yang kehadirannya ada untuk membuat transaksi keuangan menjadi lebih aman dan mudah. *Digital payment system* hadir untuk menggantikan bertransaksi keuangan yang masih menggunakan objek atau uang, dengan *digital payment system* kini masyarakat tidak perlu lagi menggunakan uang dalam melakukan transaksi.

Kehadiran *digital payment system* merupakan penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi. Menurut (Riska, 2022) *digital payment system* merupakan metode bertransaksi yang mana metode tersebut hanya perlu menggunakan media elektronik tanpa perlu adanya objek lain seperti uang kertas ataupun cek. Menurut (Puspita, 2019) *digital payment* telah memberikan pandangan baru bagi masyarakat mengenai pembayaran non-tunai yang mana hal ini menjadikan transaksi lebih efisien, praktis dan aman. Menurut (Trihasta & Fajaryanti, 2008) pembayaran elektronik merupakan sistem bertransaksi yang kegiataannya dilakukan secara elektronik yang mana uang disimpan, di proses dan

di terima dalam bentuk informasi digital serta proses pemindahannya di inialisasi menggunakan alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara digital dilakukan menggunakan *software* tertentu, kartu pembayaran dan uang elektronik.

Maka dapat disimpulkan bahwa *digital payment* merupakan suatu perkembangan teknologi mengenai kegiatan bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai ataupun cek yang mana hal ini menjadikan transaksi dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien, selain itu dengan menggunakan *digital payment system* pengguna akan merasa lebih aman dan mudah, tanpa harus menyiapkan uang tunai terlebih dahulu, serta tanpa perlu merasa repot menunggu kembalian saat melakukan transaksi. *Digital payment system* sendiri memiliki beberapa jenis seperti *e-wallet*, *mobile banking*, *internet banking*, kartu perbankan dan masih terdapat beberapa lagi.

Menurut (Puspita, 2019 dalam Naufalia, 2022) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai pengukur dalam *digital payment system*, berikut merupakan beberapa indikator tersebut yaitu :

1. Kenyamanan

Menurut (Lau & Pradana, 2021) kenyamanan merupakan salah satu faktor penting, karena faktor ini dapat menjadi penentu bagi seorang konsumen dalam keinginan untuk menggunakan barang maupun jasa. Bila barang maupun jasa yang digunakan memberikan kenyamanan terhadap penggunaannya maka konsumen tersebut akan tetap menggunakan barang dan jasa tersebut. Kenyamanan adalah hal yang dicari oleh konsumen saat menggunakan barang ataupun jasa, misalnya saja *digital payment system*

yang berhasil memberikan kenyamanan tentunya akan dicari oleh konsumen.

2. Kemudahan

Bukan hal yang mengherankan bahwa kemudahan menjadi pengukur dalam *digital payment system*, karena pada dasarnya *digital payment system* juga diciptakan untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Menurut (Wardani & Sari, 2021) kemudahan penggunaan adalah apabila seseorang menganggap bahwa teknologi yang digunakan memberikan kemudahan dalam penggunaan dan tidak memerlukan usaha yang lebih dalam penggunaannya.

3. Manfaat

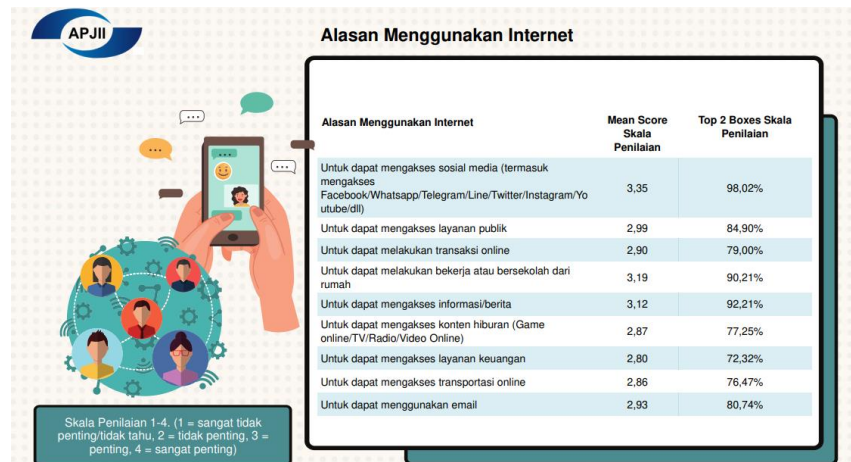
Menurut (Davis 1989 dalam Wardani & Sari, 2021) kebermanfaatan atau manfaat merupakan hal yang dipercayai pengguna dalam penggunaan teknologi, bahwa dalam penggunaannya dapat meningkatkan kinerjanya. Manfaat merupakan hal yang sudah sepatutnya ada dalam segala hal dan sudah sepatutnya dapat dirasakan oleh penggunanya. Karena pada dasarnya, pengguna akan berpikir positif mengenai manfaat-manfaat yang dapat mereka terima dalam penggunaan suatu teknologi. Dengan menggunakan *digital payment system*, pengguna akan dapat merasakan manfaat seperti kenyamanan dalam bertransaksi, penghematan waktu dalam melakukan transaksi, serta penghematan biaya.

2.1.5 Internet

Berhasilnya suatu teknologi yang telah di gunakan, tentunya tidak terlepas dari bagaimana peran internet sebagai suatu akses untuk melancarkan teknologi yang digunakan. Internet merupakan suatu hal yang di masa ini tidak dapat di acuhkan begitu saja, karena pada dasarnya sebagian besar aktifitas yang berkaitan dengan teknologi tentunya kini memerlukan internet untuk membantu kelancarannya. Menurut (Rohaya, 2019) internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menyatukan satu hal dengan hal lainnya, misalnya seperti penghubungan situs akademik, organisasi, komersial dan bahkan internet dapat menjadi penghubung situs pemerintahan. Internet telah menjadi suatu penghubung antar manusia di seluruh dunia, dimana dengan internet individu dapat dengan mudah memperoleh suatu informasi, tidak hanya informasi di dalam negeri, bahkan informasi di seluruh dunia kini dapat diketahui dengan lebih mudah. Tentunya masih terdapat banyak manfaat yang diberikan dengan adanya internet, maka tidak heran mengapa di era digitalisasi saat ini banyak masyarakat yang telah menggunakan internet sebagai pendamping kehidupan mereka. Menurut (APJII, 2022) ada beberapa alasan yang menyebabkan masyarakat menggunakan internet, yang mana dapat dikatakan bahwa alasan-alasan ini juga yang menjadi penyebab naiknya jumlah pengguna internet setiap tahunnya.

Terdapat beberapa alasan dalam menggunakan internet yang telah dijabarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet atau APJII pada tahun 2022 dan hal ini dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini yang menunjukkan skala alasan-alasan menggunakan internet.

Gambar 2. 1 Alasan Menggunakan Internet



Sumber : Survei APJII, 2022

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa media sosial menjadi salah satu faktor atau alasan penggunaan internet yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat dengan skala penilaian 98,02%, alasan kedua yang paling banyak dipilih oleh masyarakat adalah untuk dapat mengakses informasi atau berita dimana alasan ini memiliki skala penilaian 92,21% dan alasan ketiga dengan skala penilaian 90,21% adalah karena untuk dapat melakukan pekerjaan atau bersekolah dari rumah, kemudian terdapat alasan dalam menggunakan internet yaitu untuk dapat melakukan transaksi online dengan skala penilaian sebesar 79,00%. Menurut (Evayani et al., 2021) dengan adanya internet masyarakat dapat dengan mudah mengakses transaksi keuangan hanya dengan bermodalkan *smartphone*. Menurut penjelasan-penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa internet telah menjadi sebuah penghubung ataupun konektivitas selain antar manusia, juga menjadi penghubungan antar perangkat satu dengan yang lainnya. Menurut (Lindholm, 2014 dalam Reza, 2019) alasan mengapa konektivitas menjadi salah satu

pengaruh karena semakin tinggi konektivitas maka akan semakin mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi.

Menurut (Chin dan Todd, 1995 dalam Almontaha, 2008) terdapat beberapa indikator dalam penggunaan internet, yakni sebagai berikut :

1. Manfaat

Manfaat dapat dilihat dari seberapa besar dampak positif yang diberikan dengan adanya penggunaan internet terhadap masyarakat. Seperti bagaimana mudahnya mendapatkan suatu informasi di dapatkan, seberapa efektif dan efisiennya suatu pekerjaan dapat dilakukan dan diselesaikan, serta bagaimana besarnya kepercayaan seseorang terhadap penggunaan internet dalam menyelesaikan pekerjaan yang mereka miliki dengan harapan bahwa hal ini akan meningkatkan prestasi kerja seseorang.

2. Efektifitas

Efektifitas merupakan suatu tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu teknologi tertentu, yang mana dalam ke efektifitassan penggunaan internet dapat membantu seseorang dalam melakukan aktifitas sehari-harinya. Selain itu dalam ke efektifitassan penggunaan internet seseorang diharapkan dapat mengembangkan kinerja pekerjaan mereka.

3. Intensitas

Merupakan pengukuran mengenai seberapa sering seseorang menggunakan internet selain sebagai sumber informasi, namun juga dapat menjadi sumber hiburan serta sumber edukasi yang lebih mudah.

2.1.6 OVO

PT. Visionet Internasional merupakan salah anak perusahaan dari PT. Lippo Grup yang telah berhasil memunculkan suatu inovasi baru berupa aplikasi bernama OVO. OVO adalah salah satu aplikasi yang menyediakan layanan jasa keuangan yang hadir di Indonesia pada tahun 2016 dan resmi diluncurkan pada tahun 2017 setelah berhasil mendapatkan izin beroperasi dari Bank Indonesia sebagai perusahaan *fintech*. Awal perjalanan memang tidak mudah bagi OVO untuk menjadi salah satu aplikasi penyedia jasa keuangan yang dapat menarik minat masyarakat yang masih ragu untuk menggunakan layanan jasa berbasis teknologi ini, namun tidak ada kata menyerah bagi perusahaan untuk mengenalkan OVO agar masyarakat dapat bertransaksi lebih mudah. Terus mengembangkan inovasi dan mulai melebarkan sayap dengan bekerja sama, bersama perusahaan digital lain seperti grab, alfamart hingga PT. Bank Mandiri. Inilah awal mula dimana OVO menjadi mulai dikenal dan mulai menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Selain itu adanya berbagai macam fitur dan tawaran menarik yang diberikan lah, yang menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat lebih memilih untuk menggunakan OVO. Misalnya saja tawaran yang dinamai sebagai *Loyalty Rewards* dimana setiap kali pengguna bertransaksi menggunakan OVO di berbagai merchant yang telah bekerja sama bersama OVO, maka OVO akan memberikan reward berupa point yakni 1 Point bernilai Rp. 1, yang mana point-point tersebut akan dapat di gunakan lagi nantinya sebagai alat pembayaran. OVO juga memiliki fitur keanggotaan, dimana fitur ini membagi pengguna menjadi 2 jenis keanggotaan. Yang pertama terdapat jenis keanggotaan OVO Club dimana

dalam jenis ini pengguna memiliki saldo cash hingga Rp. 2.000.000 dan yang kedua jenis keanggotaan OVO Premier pada jenis ini pengguna memiliki saldo cash hingga Rp. 20.000.000 di dalam jenis keanggotaan ini tentunya memiliki tawaran atau keuntungannya masing-masing dalam OVO Premier memiliki keuntungan bahwa penggunaanya dapat gratis transfer ke sesama pengguna dan gratis transfer ke semua bank.

Menurut (Dewi dalam CNBCIndonesia, 2022) OVO menjadi pemimpin dalam kategori aplikasi independen dengan jumlah pengguna aktif bulanan dengan 20,8 juta pengguna, kemudian diikuti oleh aplikasi DANA dan LinkAja. Meskipun OVO memiliki jumlah pengguna aktif bulanan mencapai puluhan juta, ini tidak berarti bahwa OVO akan selalu menjadi aplikasi *digital payment system* yang akan terus memimpin. Karena seiring berjalannya waktu para pesaing yang bersaing di sektor atau ruang lingkup yang sama tentunya akan mencoba untuk menjadi lebih unggul. Itulah mengapa OVO tidak henti-hentinya untuk terus berinovasi serta berusaha memberi kepuasan pada konsumen demi menjaga kepercayaan yang telah di berikan oleh pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan telaah demi memperkuat argumen dalam penelitian yang tengah di lakukan. Telah tersebut di lakukan melalui beberapa penelitian terdahulu yang telah di lakukan oleh para peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut :

1. (Siswanti, 2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan *Digital Payment* Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur pengaruh literasi keuangan digital dan sosial ekonomi terhadap penggunaan *digital payment* dengan budaya sebagai variabel moderating. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner tertutup, dengan teknik samplingnya *accidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini dilakukan tiga tahap yaitu: Analisis Outer Model, Analisa Inner Model, dan Pengujian Hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung literasi keuangan digital dan sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*. Sedangkan hasil hipotesis tidak langsung menunjukkan, bahwa budaya mampu memperkuat pengaruh literasi keuangan dan sosial ekonomi positif dan signifikan terhadap penggunaan *digital payment*.
2. (Long et al., 2023) melakukan penelitian berjudul “*Financial Literacy, Behavioral Traits And E-Payment Adoption And Usage In Japan*”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan perilaku terhadap adopsi pembayaran elektronik di Jepang. Peneliti membuat indeks literasi keuangan menggunakan sampel 25.000 individu dari survei literasi keuangan 2019 *Bank of Japan*. Dari penelitian yang dilakukan hasil menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi lebih sering menggunakan *e-payment*. Peneliti

juga menemukan bahwa individu yang menghindari resiko lebih kecil kemungkinannya untuk mengadopsi dan menggunakan *e-payment*.

3. (Lau & Pradana, 2021) melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kecepatan Transaksi dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan Mobile Payment”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membahas pengaruh keamanan, kecepatan transaksi dan kenyamanan terhadap penggunaan mobile payment. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan jumlah responden yang terkumpul sebanyak 109 responden. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam penggunaan mobile payment, sedangkan kecepatan transaksi tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan mobile payment.
4. (Rossalianova et al., 2022) melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Wallet Dana*”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara kemudahan penggunaan dan kegunaan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet DANA*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, menggunakan teknik analisis data yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi kalsik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi, dimana semua proses pengujian tersebut menggunakan aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh yang positif

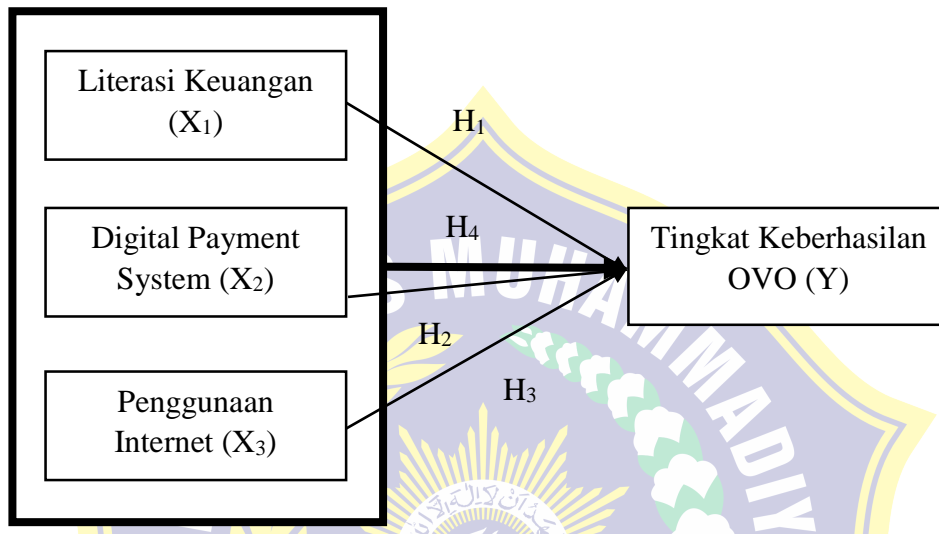
dan signifikan antara Kemudahan Penggunaan dengan Kepuasan Pengguna E-Wallet DANA dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kegunaan dengan Kepuasan Pengguna E-Wallet DANA sebesar. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet DANA

5. (Antonijević et al., 2023) melakukan penelitian dengan judul *“Is There a Relationship between Making Digital Payments and Internet Usage, Digital Skills, and Education Worldwide?”*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan mengenai penggunaan internet, keterampilan digital dan pendidikan dalam melakukan pembayaran digital. Dalam penelitian ini para peneliti telah mengumpulkan data untuk 114 negara dari database yang telah tersedia, adapun data tersebut yaitu database global findex, laporan daya saing global dan database bank dunia, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan peneliti menggunakan analisis korelasi dengan interval kepercayaan sebesar 95%. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan internet, keterampilan digital dan pendidikan terhadap melakukan pembayaran digital. Menurut hasil hubungan terkuat diidentifikasi antara melakukan pembayaran digital dengan penggunaan internet yang menunjukkan adanya peran penting infrastruktur dan keterjangkauan internet.

2.3 Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep yang menghubungkan antara literasi keuangan, jumlah pengguna OVO dan jumlah pengguna Internet terhadap keberhasilan OVO, yang telah peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 2 Kerangka Konsep



Sumber : Data diolah, 2023

→ : Uji secara parsial
 → : Uji secara simultan

2.4 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai rumusan masalah sementara terhadap penelitian yang tengah di lakukan, di mana dalam rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Meski hipotesis dapat diartikan sebagai rumusan masalah sementara, namun hal ini perlu dilakukan pengujian lebih lanjut mengenai kebenaran yang sebenarnya dalam penelitian yang tengah dilakukan. Berdasarkan kajian pustaka yang telah disusun, maka penulis mendapatkan susunan hipotesis sebagai berikut :

H₁ = Diduga Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

H₂ = Diduga *Digital Payment System* memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

H₃ = Diduga Penggunaan Internet memiliki pengaruh yang positif terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

H₄ = Diduga Literasi Keuangan, *Digital Payment System* dan Penggunaan Internet memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Tingkat Keberhasilan OVO.

