

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Teori TAM merupakan adopsi dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen & Fishbein (1980), mengaitkan tentang perilaku penggunaan teknologi informasi dengan teori psikologis seperti keinginan/minat/niat, kepercayaan, hubungan perilaku pengguna, dan sikap. Sedangkan TAM diperkenalkan oleh Davis dkk. (1989), sebuah model yang digunakan dalam memperkirakan sikap pengguna pada saat menggunakan suatu teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Teori TAM memberikan penjelasan secara ringkas mengenai faktor penentu yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi dan bagaimana cara menyikapinya sehingga dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh seseorang yang menggunakannya (Novindra & Rasmini, 2017). Tidak semua orang mampu menerima dengan mudah dan memanfaatkan teknologi yang baru saja ia ketahui, maka dari itu perlu dilakukannya penyesuaian terlebih dahulu (Juhri & Dewi, 2017). Jangka waktu yang dibutuhkan agar seseorang terbiasa menggunakan suatu teknologi kurang lebih sekitar satu tahun pada umumnya, namun hal ini

tidak dapat dijadikan acuan karena juga terdapat faktor eksternal yang memungkinkan mempengaruhi cepat atau lambatnya proses penyesuaian.

2. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang dibuat guna mengumpulkan serta memproses data transaksi yang kemudian disampaikan kepada pihak yang membutuhkan informasi tersebut (Weygandt dkk., 2007). Sedangkan menurut Bodnar & Hopwood (2006), mendefinisikan sistem informasi akuntansi sebagai sistem dengan basis komputer yang sengaja dirancang untuk mentransformasikan data keuangan menjadi informasi yang bermanfaat. Adapun enam komponen dari sistem informasi akuntansi menurut Romney & Steinbart (2015) meliputi orang yang menggunakan, prosedur dan instruksi, data, perangkat lunak, infrastruktur teknologi informasi, serta pengendalian internal dan ukuran keamanan. Sistem informasi akuntansi dapat diterapkan diberbagai organisasi bisnis maupun sektor publik seperti pemerintah daerah (Juwita, 2013).

3. Pendapatan Asli Daerah

Halim (2007), berpendapat bahwa semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah disebut PAD sedangkan menurut Siregar (2015), PAD merupakan penerimaan pendapatan yang berasal dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri dan dipungut berdasarkan Peraturan Daerah yang berlaku. Dalam UU RI No.33 Tahun 2004, menyebutkan bahwa: "Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD

adalah pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

4. Retribusi Daerah

Halim (2007), menyatakan bahwa retribusi daerah merupakan bentuk pelayanan langsung yang diberikan oleh Pemerintah Daerah kepada masyarakat sehingga manfaatnya dapat dinikmati saat itu juga serta pelaksanaannya berdasarkan peraturan yang berlaku. Berdasarkan UU RI No.28 Tahun 2009, menyebutkan bahwa: “Retribusi Daerah yang selanjutnya disebut Retribusi, adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau Badan”. Semakin besar kontribusi yang berasal dari retribusi daerah maka semakin besar penerimaan Pendapatan Asli Daerahnya yang nantinya akan berdampak kembali ke masyarakat (Ramlan dkk., 2016).

5. Parkir

Disebutkan dalam Perda Kota Surabaya No.3 Tahun 2018, Parkir adalah keadaan Kendaraan berhenti atau tidak bergerak untuk beberapa saat dan ditinggalkan pengemudinya. Adapun orang yang ditunjuk oleh Kepala Dinas Perhubungan Kota Surabaya untuk mengelola tempat parkir yang dinamakan Juru Parkir. Terdapat empat jenis parkir yang ada di Kota Surabaya yakni:

- a. Parkir di Tepi Jalan Umum (TJU), parkir yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah di dalam ruang milik jalan dan merupakan objek retribusi.
- b. Tempat Khusus Parkir (TKP), parkir yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah di luar ruang milik jalan meliputi pelataran/lingkungan parkir, taman parkir, gedung parkir, dan/atau tempat parkir wisata yang secara khusus disediakan, dimiliki, dan/atau dikelola oleh Pemerintah Daerah serta merupakan objek retribusi.
- c. Parkir Zona, suatu bentuk pelayanan parkir dengan ditetapkan tarif parkir tersendiri untuk setiap zona atau kawasan tertentu.
- d. Parkir Insidentil, merupakan tempat parkir TJU yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah secara tidak tetap (sementara) karena adanya suatu kepentingan.

6. Uang Elektronik (*e-money*)

Dalam PBI No.20/6/PBI/2018 yang membahas tentang Uang Elektronik memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Penerbit menerima nilai uang setoran dahulu kemudian menerbitkan uang elektronik.
- b. Penyimpanan nilai nominal uang dilakukan secara elektronik pada suatu media *server* atau *chip*.
- c. Memiliki fungsi dalam menjadi alat pembayaran dan/atau transfer dana ketika melakukan transaksi.

- d. Nilai uang elektronik yang disetor akan dikelola oleh penerbit adalah pihak yang menerbitkan uang elektronik bukan sebagai simpanan yang dimaksudkan UU Perbankan.

Adanya *e-money* menjadikan transaksi pembayaran efisien dan efektif dari sebelumnya karena mudah digunakan terutama dalam transaksi minim nominalnya atau sedikit sehingga tidak harus selalu menyediakan uang kembalian, kemudian tidak membutuhkan waktu yang lama dalam menyelesaikan pembayaran sehingga dapat menghemat waktu, dan yang terakhir dapat dilakukannya pengecekan saldo serta menambah atau mengurangi saldo melalui fasilitas yang tersedia. Uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan:

1. Media Penyimpanan:

- a. *Server based*, tersimpan dalam server yang terdapat pada database penerbit uang elektronik.
- b. *Chip based*, tersimpan dalam bentuk fisik berupa kartu yang terdapat chip sebagai tandanya.

2. Pencatatan Data Identitas Pengguna:

- a. *Unregistered*, data identitas pengguna tidak dan/atau belum terdaftar dan tercatat pada penerbit.
- b. *Registered*, data identitas pengguna sudah terdaftar dan tercatat pada penerbit.

7. Minat Menggunakan

Suatu keadaan yang memungkinkan seseorang menilai sesuatu secara subyektif mengenai keterkaitan diri sendiri dengan beberapa tindakan yang ada disekitarnya (Ajzen & Fishbein, 1980). Sedangkan menurut pemahaman Ramadhan dkk. (2016), minat adalah suatu keadaan yang menggambarkan adanya kemauan dan dorongan dari dalam diri untuk memilih dan menggunakan suatu objek. Hal ini sejalan dengan pemikiran Rithmaya (2016), mengartikan minat sebagai suatu bentuk pilihan dalam mengambil keputusan menggunakan atau tidak menggunakan teknologi.

Adanya faktor internal seperti keinginan untuk menggunakan teknologi dan/atau internet dengan mengakses fitur layanan yang disediakan juga termasuk definisi dari minat (Andriyano & Rahmawati, 2016). Selain faktor internal, adapun faktor eksternal menurut Romadloniyah & Prayitno (2018), yakni sesuatu hal yang diperlukan dalam membantu aktivitas sehari-hari, adanya pengenalan sebuah produk yang menarik perhatian, dan dapat menjadi alternatif. Hal ini sejalan dengan pemikiran menurut Kotler & Keller (2012), yaitu munculnya minat karena adanya rangsangan yang diterima setelah melihat suatu produk, kemudian timbul pemikiran untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya muncul keinginan untuk membeli serta memiliki produk tersebut.

8. Persepsi Manfaat

Seseorang yang memiliki rasa percaya bahwa adanya sebuah teknologi informasi dapat memberikan manfaat, maka ia akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Davis (1986) menyatakan bahwa sebuah teknologi informasi dapat memberikan manfaat berupa efektivitas, efisiensi, produktivitas, serta kebermanfaatan secara keseluruhan. Adanya teknologi dapat memberikan keuntungan tersendiri daripada tidak menggunakan teknologi sama sekali (Andriyano & Rahmawati, 2016). Keuntungan yang diperoleh dari menggunakan teknologi dapat berupa fisik maupun non-fisik (Romadloniyah & Prayitno, 2018), misalnya tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga dan dapat menghemat waktu dalam melakukan aktivitas.

9. Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2007), mengartikan persepsi kemudahan sebagai tingkat keyakinan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi merupakan hal yang simpel dan tidak sulit sehingga hanya membutuhkan usaha minim. Sedangkan pemahaman menurut Ramadhan dkk. (2016), persepsi kemudahan adalah suatu bentuk keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan. Selain itu, jika suatu teknologi menawarkan kemudahan, maka seseorang akan cenderung memakainya karena memiliki manfaat (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

10. Fitur Layanan

Poon (2008), mengemukakan beberapa indikator ketersediaan fitur yaitu kemudahan dalam mengakses informasi tentang produk maupun jasa, ketersediaan layanan transaksi yang beragam, fitur yang beragam jenisnya, dan inovasi produk yang dapat menarik perhatian banyak orang. Salah satu faktor penting dalam melihat sukses tidaknya suatu produk adalah dari keberagaman fitur layanan yang ditawarkan kepada konsumennya (Wibowo dkk., 2015). Fitur layanan juga dapat membantu pengguna teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya (Rithmaya, 2016).

11. Kepercayaan

Menurut Flavián & Guinalú (2006), kepercayaan merupakan faktor penting dalam melakukan transaksi. Kepercayaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam memahami kondisi psikologis seseorang (Widjana & Rachmat, 2011). Keandalan dan kejujuran merupakan situasi yang diinginkan oleh setiap individu, kepercayaan menjadikan kegiatan yang dilakukan menjadi nyaman dan aman (Barnes dkk., 2007; Suhir dkk., 2014). Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalin hubungan sosial maka dari itu rasa kepercayaan perlu dibangun sejak dini dan juga harus dapat dibuktikan adanya (Aribowo & Nugroho, 2013).

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money card*

Berdasarkan model TAM, adanya teknologi dapat memberi keuntungan yang baik daripada tidak menggunakan teknologi sama sekali (Andriyano & Rahmawati, 2016). *E-money* merupakan salah satu produk dari kecanggihan teknologi *fintech* yang berfokus pada aktivitas transaksi sehari-hari dengan meminimalkan penggunaan uang tunai, dengan kata lain mengalihkan sistem pembayaran tunai ke non-tunai melalui bantuan alat dan sistem elektronik yang saling terhubung satu sama lain. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya menggunakan *e-money* dapat memberikan manfaat bagi penggunanya.

Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriyano & Rahmawati (2016); Priambodo & Prabawani (2016); Rithmaya (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Akan tetapi penelitian serupa yang dilakukan oleh Ramadhan dkk. (2016), memberikan hasil yang berbeda dimana persepsi manfaat tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Adanya perbedaan pola pikir yang dimiliki setiap individu serta pengaruh kondisi lingkungan sekitar, memungkinkan untuk menilai suatu objek dengan sudut pandang yang berbeda.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 1:

H₁ : Persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card pada layanan parkir elektronik.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Berdasarkan model TAM, jika suatu teknologi menawarkan kemudahan, maka seseorang akan cenderung memakainya karena memiliki manfaat (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Keberadaan *e-money* memberikan dampak yang cukup besar pada perekonomian Indonesia. Maraknya metode pembayaran non-tunai yang disediakan oleh pihak penyedia jasa pembayaran menjadikan masyarakat semakin konsumtif dari sebelumnya. Salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat lebih konsumtif dari sebelumnya ialah adanya kemudahan dalam melakukan transaksi. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya penggunaan *e-money* itu mudah.

Penelitian Wibowo dkk. (2015); Ramadhan dkk. (2016), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andriyano & Rahmawati (2016); Priambodo & Prabawani (2016); Rithmaya (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Banyaknya pengguna dan macam *e-money* yang berkembang di setiap tahunnya telah membuka peluang bagi pemerintah untuk melakukan pembaharuan terhadap sistem layanan publiknya

sehingga dapat diterapkan juga metode pembayaran *e-money* ketika melakukan transaksi seperti membayar pajak maupun retribusi daerah.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 2:

H₂ : Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card pada layanan parkir elektronik.

3. Pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Berdasarkan teori Poon (2008), fitur layanan dapat membantu pengguna teknologi dalam membuat keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya (Rithmaya, 2016) karena setiap teknologi menawarkan fitur layanan yang berbeda-beda, baik dari segi manfaat maupun kemudahan. Adanya perbedaan tersebut sering dikenal sebagai inovasi, *e-money* merupakan salah satu contohnya. Perkembangan *e-money* di Indonesia saat ini terbilang cukup pesat daripada tahun-tahun sebelumnya, kemunculan perusahaan *start-up* seolah-olah menjadi pemicunya. Hal ini dikarenakan mereka mampu mengemas *e-money* secara apik melalui fitur layanan yang ditawarkan dalam produknya sehingga dapat menarik perhatian banyak orang. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya keberadaan *e-money* mampu menyediakan beragam fitur layanan yang dapat mempermudah aktivitas transaksi.

Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-*

money. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rithmaya (2016). Fitur layanan memiliki peranan penting demi terwujudnya kemudahan dan kemanfaatan pada teknologi, adanya fitur layanan dapat membantu menutupi kekurangan dari suatu sistem yang ada pada teknologi tersebut baik dari segi manfaat maupun kemudahan.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 3:

H₃ : *Fitur layanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card pada layanan parkir elektronik.*

4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money card*

Berdasarkan teori Flavián & Guinalú (2006), Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalin hubungan sosial maka dari itu rasa kepercayaan harus dapat dibuktikan adanya (Aribowo & Nugroho, 2013). Seseorang yang melakukan transaksi menggunakan *e-money* seharusnya tidak perlu merasa khawatir dan cemas akan bukti transaksi, karena semuanya sudah terdokumentasi secara otomatis dan terkomputerisasi oleh sistem kecuali *human error*. Hal ini dapat dibuktikan oleh peneliti terdahulu, bahwasannya transaksi menggunakan *e-money* mampu memberikan rasa kepercayaan terhadap penggunaannya sehingga dapat menumbuhkan minat menggunakan secara berulang.

Penelitian Wibowo dkk. (2015), menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian tersebut sejalan penelitian yang dilakukan Andriyano &

Rahmawati (2016); Romadloniyah & Prayitno (2018). Rasa kepercayaan yang dimiliki oleh setiap individu berbeda, namun rasa tersebut akan tumbuh seiring adanya manfaat yang diperoleh dari menggunakan teknologi secara terus menerus.

Berdasarkan uraian asumsi di atas dapat dilakukannya penurunan hipotesis 4:

H₄ : Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money card pada layanan parkir elektronik.

Gambar 2.1
Model Penelitian

