

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Adanya kemajuan yang signifikan terhadap teknologi telah memengaruhi seluruh hidup manusia, mulai dari ekonomi, pendidikan, hingga sosial dan budaya. Tentu saja hal ini tidak dapat dipisahkan, karena saat ini kehidupan manusia tidak dapat lepas dari peran penting dari teknologi (Permana *et al.*, 2022). Pemanfaatan teknologi ini telah berdampak pada terjadinya proses digitalisasi pada seluruh lini kehidupan. Hal ini menjadi pemicu dari perubahan gaya hidup manusia yang serba instan (Arianti *et al.*, 2019). Selaras dengan kemajuan teknologi memengaruhi banyak perubahan secara signifikan, terutama pada bidang ekonomi dan bisnis. Perubahan ini dapat dilihat dari banyaknya *platform* transaksi *online* yang sering disebut *E-Commerce*.

E-Commerce adalah sebuah proses transaksi penjualan dan pembelian yang dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik, seperti *handphone* dan internet. Menurut Rehatalanit (2021) *E-Commerce* adalah makna lain yang digunakan untuk memberikan gambaran terkait jual-beli di internet. Di beberapa tahun terakhir *E-Commerce* terus tumbuh menjadi jauh lebih canggih. Indonesia merupakan salah satu bagian dari negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar, hal ini juga membuat

mobilitas ekonomi Indonesia meningkat setiap tahunnya, namun disisi lain, ini semua tidak lepas dari peran penting dari kemajuan teknologi internet juga turut serta mendorong kemajuan ekonomi tersebut.

Saat ini, sebagian besar masyarakat lebih tertarik untuk melakukan pembelian secara *online* di *E-Commerce* daripada secara *offline* di toko. Hal ini terjadi karena adanya kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses internet dan kemajuan teknologi yang telah menyediakan *platform digital* dalam bentuk *E-Commerce* yang lebih fleksibel ketika diakses oleh masyarakat. Tentunya ini juga menjadi alasan kuat bagi masyarakat untuk memilih belanja *online* karena lebih praktis dalam segi waktu dan tenaga. Besarnya daya tarik masyarakat terhadap kegiatan belanja *online* ini mengakibatkan para pengusaha yang memiliki *E-Commerce* terus berusaha meningkatkan kualitas produk mereka agar konsumen terus berbelanja di *E-Commerce*. Oleh karena itu, perusahaan *E-Commerce* saat ini terus berlomba-lomba untuk mengambil hati masyarakat dan mempertahankan pelanggan dengan cara melakukan strategi pemasaran digital, seperti program loyalitas, program personalisasi, kampanye pemasaran yang disesuaikan dan interaksi aktif di sosial media (Sudirjo *et al.*, 2023).

Di Indonesia sendiri ada beberapa *E-Commerce* yang populer dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak dan lainnya (Syarif *et al.*, 2023). Dilansir dari Databoks.com, Shopee menjadi *platform E-Commerce* yang memiliki total kunjungan situs paling banyak pada 2023 dengan rata-rata

2,3 miliar kunjungan dalam satu tahun, kemudian Tokopedia meraih rata-rata 1,2 miliar kunjungan situs, disusul Lazada 762,4 juta kunjungan situs, diikuti oleh Blibli yang memiliki 337,4 juta kunjungan situs dan Bukalapak dengan total 168,2 juta kunjungan situs (Adhiat, 2024).

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Situs *E-Commerce* Tahun 2023

<i>E-Commerce</i>	Rata-rata Kunjungan
Shopee	2.349.900.000
Tokopedia	1.254.900.000
Lazada	762.400.000
Blibli	337.400
Bukalapak	168.200

Sumber: databoks.katadata.co.id (2024)

Dengan adanya data ini, menunjukkan bahwa ada kemungkinan terjadinya proses transaksi yang dilakukan melalui situs *E-Commerce* tersebut. Semakin banyak kunjungan pada *E-Commerce* semakin besar pula kemungkinan terjadinya transaksi jual beli. Dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi pada proses transaksi jual beli di *E-Commerce* memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran. Adanya *financial technology* ini membuat *E-Commerce* semakin digemari oleh masyarakat. Di era digital ini mulai bermunculan teknologi pembayaran yang semakin beragam sehingga makin memudahkan masyarakat ketika melakukan proses transaksi pembelian di *E-Commerce* (Hernikawati, 2021).

Saat ini, proses pembayaran tidak lagi berfokus pada pembayaran menggunakan kredit perbankan, meskipun masih banyak masyarakat yang menggunakan. Di *E-Commerce* sendiri telah menyediakan berbagai metode pembayaran yang beragam di antaranya sistem *Cash on Delivery*, *Credit*

Card, transfer bank, pembayaran melalui gerai, *e-wallet* dan juga *Paylater* untuk pengguna terpilih (Prasetya, 2023). Ide menarik dari *financial technology* saat ini adalah sistem pembayaran *Paylater*. *Paylater* merupakan salah satu fasilitas keuangan dimana masyarakat melakukan proses transaksi dan pembayaran dengan menggunakan metode cicilan tanpa menggunakan kartu kredit. Belakangan ini, fitur pembayaran dengan *Paylater* menjadi tren yang sangat banyak digemari oleh masyarakat karena kehadirannya menawarkan kemudahan masyarakat ketika melakukan pembelian secara *online* di *E-Commerce*.

Pembayaran dengan metode dicicil seperti *Paylater* ini sudah di adopsi penggunaannya di berbagai belahan dunia, salah satunya Indonesia. Dengan menggunakan *Paylater*, pelanggan dapat membeli barang atau jasa tanpa harus membayar terlebih dahulu. Sistem pembayaran melalui *Paylater* di *E-Commerce* ini mirip seperti kartu kredit, pelanggan dapat memilih tenor cicilan sesuai dengan kebutuhan. Adanya *Paylater* ini mampu mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan belanja *online*. Dibandingkan kartu kredit yang mengharuskan keterlibatan bank dalam prosesnya, *Paylater* dinilai lebih menarik daripada kartu kredit. *Paylater* ini memungkinkan konsumen untuk berperilaku *impulse* pada pembelian *online* (Pratika *et al.*, 2021).

Fitur pembayaran *Paylater* ini sangat populer di kalangan masyarakat berkat adanya kemajuan yang terjadi pada teknologi. Pada sistem pembayaran di beberapa *E-Commerce* seperti Shopee, Tokopedia,

Kredivo, Lazada, Bukalapak, dan Gojek secara tidak langsung menjadi faktor pendorong masyarakat untuk mencoba dan menikmati manfaat dari sistem pembayaran *Paylater* yang ada. Agar dapat memenuhi semua keinginan dan kebutuhannya banyak dari masyarakat yang memilih untuk menggunakan *Paylater*, karena mereka tidak harus menunggu ketersediaan dana ketika ingin berbelanja, sebab fitur *Paylater* saat ini dapat menjadi alternatif pembayaran yang mudah karena proses pengajuan *Paylater* ini cukup mudah dan cepat. Menurut survei yang dilakukan Kredivo dengan Katadata Insight Center (KIC), hampir separuh dari 3.656 atau 45,9% orang di Indonesia menggunakan *Paylater*. Sebagian besar digunakan untuk belanja secara *online*, bayar cicilan, pembelian paket data dan pulsa (Annur, 2023). Untuk dapat menggunakan fitur *Paylater* ini, calon pengguna hanya perlu mengisi data pribadi, pas foto dan foto KTP yang telah disediakan secara *online* di *E-Commerce*. Tentu saja proses pengajuan *Paylater* ini lebih mudah dibanding proses pengajuan kartu kredit. Sehingga masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan *Paylater* (Prastiwi & Fitria, 2021).

Shopee Paylater adalah metode pembayaran instan dengan sistem "*buy now, pay later*" yang memiliki bunga minim. Shopee Paylater adalah produk yang berupa layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Lentera Dana Nusantara, fitur pembayaran *Paylater* yang disediakan oleh Shopee ini banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian dengan cara mencicil dengan beberapa tenggat waktu mulai dari 30 hari, 3, 6 dan 12 bulan. Pengguna Shopee Paylater juga dapat memilih

tanggal pembayaran yaitu tanggal 5 dan 11 tiap bulan. Ketika pengguna ingin menggunakan layanan Shopee *Paylater*, pengguna diharuskan untuk memenuhi beberapa syarat di antaranya adalah pengguna harus memiliki akun yang terdaftar dan telah terverifikasi, Shopee harus sering digunakan untuk belanja minimal tiga bulan pemakaian dan Shopee telah di *update* versi terbaru. Maksimal *limit Paylater* yang diberikan oleh Shopee untuk setiap pengguna adalah Rp15 juta, namun berbeda-beda sesuai dengan skor kredit pengguna, semakin baik skor kredit semakin besar juga peluang *limit* Shopee *Paylater* akan bertambah. Selain itu, pengguna Shopee *Paylater* diberikan kemudahan untuk mengatur pembayaran sesuai dengan kemampuan keuangan (Wibasuri *et al.*, 2022).

Namun, jika pengguna mengalami keterlambatan dalam proses pembayaran akan mempengaruhi jumlah *limit* yang telah diberikan, denda yang tinggi dan juga pembatasan akses pada fitur *Paylater*. Di sisi lain, terdapat beberapa risiko pengguna Shopee *Paylater* seperti terganggunya pengelolaan keuangan, perilaku konsumtif, biaya-biaya yang dibebankan kepada konsumen, dan lainnya. Hal ini dapat berakibat pada pengguna *Paylater* (Dewi & Tarigan, 2022).

Tabel 1. 2 Layanan *Paylater* Paling Sering Digunakan Tahun 2021

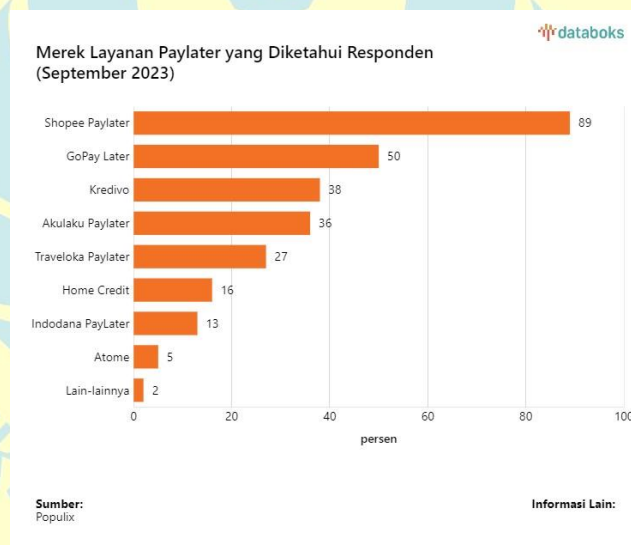
Nama	Nilai/%
Shopee <i>Paylater</i>	78,4 %
Gopay <i>Later</i>	33,8%
Kredivo	23,2%
Akulaku	20,4%
Traveloka <i>Paylater</i>	8,6%
Indodana	3,3%

Nama	Nilai/%
Home Credit	2,8%
Lainnya	0,4%

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Berdasarkan survei *DailySocial* pada tahun 2021, Fitur Shopee Paylater menduduki urutan pertama sebagai metode pembayaran *Paylater* pada *E-Commerce* yang paling diminati masyarakat dengan persentase 78,4% (Annur, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi dan antusiasme masyarakat dalam menggunakan dan memanfaatkan fitur pembayaran Shopee Paylater dalam menunjang kehidupan sangatlah tinggi.

Gambar 1. 1 Layanan *Paylater* Paling Populer di Indonesia



Sumber: (Databoks.katadata.co.id, 2023)

Dikutip dari Databoks.katadata.co.id berdasarkan laporan dari Populix yang berjudul *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption* bulan Oktober 2023, menunjukkan bahwa Shopee Paylater menjadi layanan *Paylater* yang memiliki tingkat *brand awareness* tertinggi dengan persentase nilai 89% disusul oleh Gopay Later dengan persentase 80%, Kredivo 50% dan lainnya. Tidak hanya populer,

pengguna layanan Shopee Paylater juga menduduki peringkat pertama dari 45% responden yang menggunakan *Paylater* 77% menggunakan layanan pembayaran Shopee Paylater (Muhamad, 2023). Berdasarkan dari Tabel 1.2 dan Gambar 1.1 terkait dengan fitur *Paylater* yang paling didominasi pengguna dan layanan *Paylater* terpopuler Shopee Paylater telah berhasil membuktikan bahwa dengan memberikan berbagai kemudahan dan manfaat bagi penggunanya menghasilkan nilai dengan persentase tertinggi dan masuk ke dalam kategori diterima dengan baik oleh masyarakat. Antusiasme pengguna Shopee Paylater terhadap teknologi *Paylater* ini menunjukkan hasil yang baik sebagaimana terlihat dari pertumbuhan jumlah pengguna Shopee Paylater yang tinggi (Nurfaidzi *et al.*, 2023).

Dikutip dari Kumparan.com berdasarkan riset yang dilakukan Kredivo dan Kata Data *Insight Center* bertajuk “Laporan Perilaku Pengguna *Paylater* Indonesia 2024” jumlah pengguna *Paylater* menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi dari 28,2% pada tahun 2022 menjadi 45,3% di 2023 (Afdillah & Darisman, 2023). Alasan mengapa banyak masyarakat yang menggunakan *Paylater* ini adalah untuk membeli kebutuhan mendesak dengan persentase 58%, belanja dengan tenor jangka pendek 52%, dan agar mendapatkan promo menarik 45%. Faktor lain yang mendukung peningkatan penggunaan *Paylater* ini adalah karena 85% generasi milenial dan 88% gen Z tidak memiliki kartu kredit, oleh karena itu *Paylater* menjadi solusi yang praktis karena mudah di akses secara cepat dan memiliki fungsi seperti kartu kredit (Purnama, 2023).

Tabel 1. 3 Alasan Konsumen Menggunakan *Paylater*

Nama Data	Nilai/%
Beli kebutuhan mendesak	58%
Cicilan jangka pendek	52%
Promo menarik	45%

Sumber: Kredivo.com, 2024

Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan bahwa per April 2023 jumlah NPL untuk ”*buy now, pay later*” mencapai 9,7% melampaui batas aman yang hanya sekitar 5%. Hampir setengah pengguna ”*buy now, pay later*” yakni kalangan usia muda mulai dari usia 20-30 tahun, sekitar 47,78% (Jefriando, 2023). Mahasiswa merupakan generasi muda yang memiliki kepribadian *up to date* dan senang mengikuti zaman atau tren yang ada, lebih menyukai segala sesuatu diperoleh dengan mudah. Oleh karena itu, mahasiswa yang merupakan generasi muda adalah segmen yang tepat bagi Shopee dalam memberikan layanan *Paylater*. Fitur *Paylater* yang ditawarkan oleh Shopee merupakan salah satu solusi untuk mewujudkan keinginan mahasiswa yang senang mengikuti tren berbelanja dengan cara *buy now, pay later* (Ritonga & Amelianny, 2022). Hal ini dapat terjadi karena keterbatasan mahasiswa dalam memperoleh pendapatan sehingga *Paylater* menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup (Waluyo *et al.*, 2022). Untuk kalangan mahasiswa, memperoleh *Paylater* tidaklah sulit, sebab persyaratan pengajuan di Shopee cukup mudah, cepat dan praktis. Itulah mengapa kalangan generasi muda seperti mahasiswa telah banyak menggunakan *Paylater* pada Shopee (Desi & Riauli, 2022).

Amelia *et al* (2023) melakukan penelitian terkait pengalaman dan persepsi mahasiswa terkait penggunaan *Paylater*. Dikemukakan bahwa hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan layanan *Paylater* untuk pemenuhan kebutuhan primer, sekunder dan juga kebutuhan mendesak mereka. Hal ini terjadi karena beberapa faktor yaitu, fleksibilitas, kemudahan, dan juga kecepatan. Meskipun mereka sadar akan resiko yang akan terjadi, namun lingkungan sosial juga mempengaruhi keputusan penggunaan *Paylater*. Selain itu, ada perbedaan persepsi antara mahasiswa terkait manfaat dan risiko dari *Paylater*. Beberapa mahasiswa menganggap bahwa *Paylater* menjadi penunjang kehidupan sehari-hari mereka, sementara yang lain merasa khawatir dengan risiko jangka panjang dari penggunaan *Paylater*.

Penelitian yang telah dilakukan Ramadany dan Artadita (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku *impulsive buying*. Dalam variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara stimulant pada *impulsive buying*.

Kemudian hal ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nurfaidzi *et al* (2023) dalam penelitian ini menunjukkan ada pengaruh yang positif antara kepercayaan pada *perceived usefulness* yaitu, pengguna percaya kepada Shopee Paylater memiliki manfaat sebagai metode pembayaran ketika belanja *online*. Ditemukan pengaruh positif

antara *perceived ease of use* terhadap *attitude towards using* yaitu, kemudahan yang diberikan oleh Shopee Paylater dapat memberikan manfaat. Ditemukan pengaruh positif antara *perceived usefulness* terhadap *attitude towards using* yaitu, manfaat yang diberikan Shopee Paylater tinggi maka, pengguna cenderung memberikan pandangan yang positif terhadap Shopee Paylater ketika belanja *online*. Ditemukan pengaruh positif antara *attitude towards using* terhadap *actual system use*, yaitu perilaku yang diberikan pengguna terhadap Shopee Paylater sangat tinggi, sehingga pengguna akan terus menggunakan Shopee Paylater untuk belanja *online*.

Hal ini menjadi gambaran bahwa banyak masyarakat yang mengandalkan utang khususnya *Paylater* sebagai cara mereka untuk memenuhi kebutuhan, karena mudah diakses. Namun pada kenyataannya, *Paylater* telah memakan banyak korban terutama di kalangan generasi muda (Waliyuddin, 2023). Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022 oleh OJK menunjukkan bahwa literasi keuangan masyarakat Indonesia hanya mencapai 49,68% (OJK, 2022). Banyaknya masyarakat yang belum mampu dalam mengelola keuangan, sehingga fitur *Paylater* alih-alih menjadi manfaat malah menjadi jebakan bagi masyarakat.

Gambar 1. 2 Testimoni Terlilit *Paylater*



Sumber: BBC News (2022)

Dalam *BBC News*, Krisna adalah pengguna *Paylater* pada awalnya menggunakan *Paylater* untuk membeli barang yang berkaitan dengan hobinya. Ia mengatakan "Aku menyukai koleksi K-Pop dan anime, biasanya aku bayar pakai *Paylater*. Aku hitung per bulan harus bayar berapa supaya di akhir bulan nggak kaget" kata dia. Suatu waktu, ia mengaku kebablasan hingga tagihannya mencapai lima juta dan dibantu orang tuanya untuk membayar tagihan tersebut (BBC News, 2022).

Tabel 1. 4 Pertumbuhan Penggunaan *Paylater* di Indonesia Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Kontrak Pembiayaan (Juta)
2019	4,63 juta
2020	10,94 juta
2021	55,44 juta
2022	67,41 juta
2023	79,92 juta

Sumber: OJK (2024)

Menurut laporan OJK di tahun 2023 kontrak pembiayaan *Paylater* di Indonesia telah mencapai nilai 79,92 juta. Jumlah ini telah meningkat pesat sejak tahun 2019, dimana saat itu kontrak pembiayaan *Paylater* hanya tercatat 4,63 juta. Menurut OJK, peningkatan ini meningkat dengan nilai rata-rata 144,35% setiap tahun. Nilai ini kemungkinan akan terus meningkat setiap waktu seiring naiknya permintaan penggunaan *Paylater*. Per Maret 2024, *outstanding* piutang dari pembiayaan *Paylater* di Indonesia sudah mencapai Rp6,13 triliun, naik sekitar 23,9% per tahun. Ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terbilang tinggi terhadap layanan *Paylater* ini (Yonatan, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa layanan Shopee Paylater sudah menjadi sistem pembayaran *online* yang sangat populer di masyarakat. Dimana metode *Technology Acceptance Model* digunakan untuk menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi konsumen dalam menggunakan Shopee Paylater untuk belanja *online* dimana faktor tersebut akan memengaruhi keyakinan pengguna dalam menggunakan Shopee Paylater. *Technology Acceptance Model* banyak digunakan dalam proses penelitian untuk melihat bagaimana teknologi dapat diterima oleh pengguna. Analisis pembayaran Shopee Paylater menggunakan *Technology Acceptance Model* dapat menjadi gambaran bagaimana penerimaan pengguna teknologi. Dengan demikian, *Technology Acceptance Model* sangat cocok digunakan dalam menganalisis penerimaan teknologi Paylater khususnya Shopee Paylater dikalangan masyarakat (Herlina *et al.*, 2023).

Langkah ini diambil karena terdapat potensi besar untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa melalui pemahaman yang lebih mendalam terhadap praktik penggunaan *Paylater*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menghasilkan wawasan yang berharga untuk pengembangan strategi pendidikan keuangan yang lebih efektif di lingkungan pendidikan tinggi, memungkinkan mahasiswa untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak. Berdasarkan uraian dari fenomena yang telah disampaikan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta. Adapun judul penelitian ini yaitu **"Analisis Pembayaran Shopee Paylater untuk Belanja *Online* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus pada Mahasiswa UNJ)."**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian permasalahan pada latar belakang di atas, maka penulis dapat mengemukakan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut: "Apakah *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* menjadi faktor mahasiswa Universitas Negeri Jakarta menggunakan Shopee Paylater untuk belanja *online*?"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk: "Untuk mengetahui Apakah *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* menjadi faktor mahasiswa

Universitas Negeri Jakarta menggunakan Shopee Paylater untuk belanja *online*”

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu pengetahuan terkait penggunaan sistem pembayaran *Paylater* untuk belanja *online* di Shopee. Kemudian teori dan metode yang digunakan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai bahan penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan dalam perkuliahan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

- b. Bagi Pembaca

Mendapatkan wawasan mendalam terkait dengan sistem pembayaran *Paylater* di kalangan mahasiswa.