

BAB I

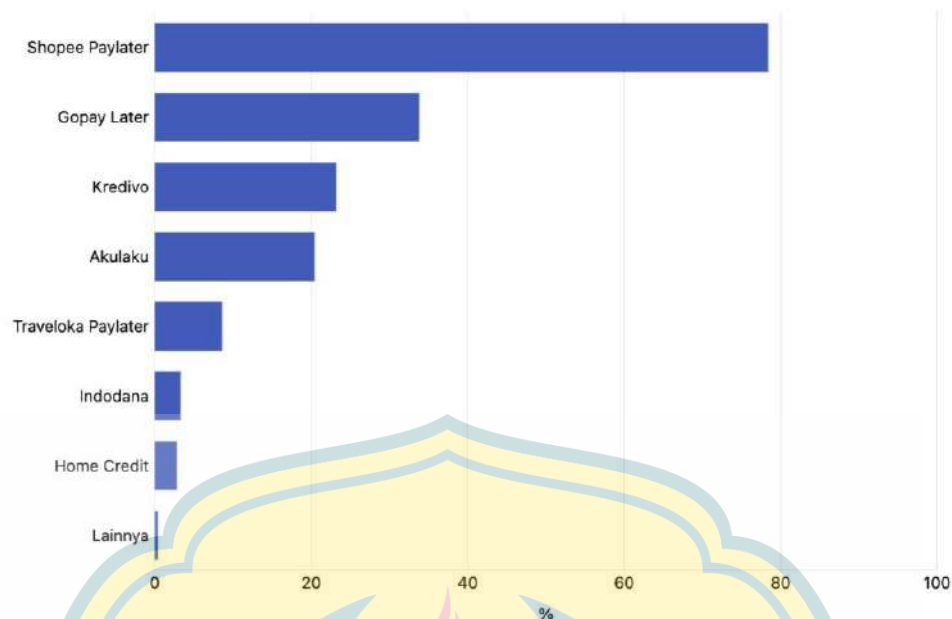
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berbelanja dan bertransaksi. Salah satunya adalah melalui layanan keuangan digital *Buy Now, Pay Later* (BNPL), yang dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai "Beli Sekarang, Bayar Nanti." Layanan ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya di kemudian hari, baik secara penuh atau dengan cicilan, tanpa memerlukan kartu kredit. Keunggulan utama dari layanan ini adalah kemudahan dalam pembayaran, yang sangat diminati oleh generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi.

Seiring dengan berkembangnya *e-commerce* di Indonesia, layanan *BNPL* semakin populer, terutama di kalangan pengguna yang aktif berbelanja online. Berdasarkan laporan survei *Fintech* yang dilakukan oleh *DailySocial* pada tahun 2020, *Shopee PayLater* menjadi layanan *BNPL* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sebanyak 54,3% responden memilih *Shopee PayLater* sebagai layanan *BNPL* yang mereka gunakan. Gojek menyusul di posisi kedua dengan 50,5%, diikuti oleh OVO yang tercatat digunakan oleh 28,9% responden. Sementara itu, Tokopedia mencatatkan persentase 18%, Traveloka 11,3%, dan Pegipegi 5,5%. Sebanyak 19% responden bahkan tidak mengetahui layanan *BNPL* sama sekali.

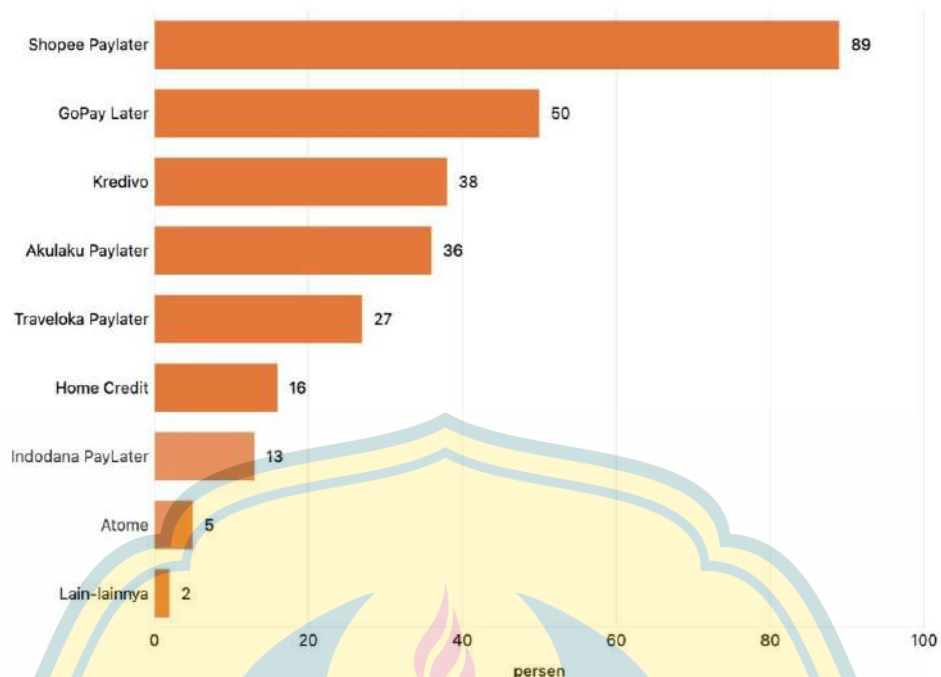
Selanjutnya, penelitian oleh Rahmatika Sari (2020) mengungkapkan bahwa pada tahun 2020, pengguna *Shopee PayLater* mencapai 1,27 juta orang, dengan sekitar 67% di antaranya adalah pengguna aktif yang rutin memanfaatkan layanan ini. Total pinjaman yang telah disalurkan melalui *Shopee PayLater* juga sangat mengesankan, mencapai angka Rp 1,5 triliun, dengan tingkat keberhasilan pembayaran yang mencapai 95%. Hal ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan ini serta kepercayaan yang tinggi terhadap keberlanjutan layanan *PayLater* di Shopee



Gambar 1.1 Aplikasi *Paylater* dengan Pengguna Terbanyak pada Tahun 2021 (*DailySocial*, 2021)

Berdasarkan data pada **Gambar 1.1**, survei yang dilakukan oleh *DailySocial* tahun 2021 menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* masih mendominasi, dengan 78,4% responden menyatakan telah menggunakan layanan ini. Layanan lainnya, seperti *Gopay PayLater*, *Kredivo*, dan *Akulaku*, berada jauh di bawahnya, dengan persentase pengguna masing-masing sebesar 33,8%, 23,2%, dan 10,4%. Layanan lain seperti *Traveloka PayLater*, *Indodana*, dan *Home Credit* memiliki persentase pengguna yang lebih kecil, yakni masing-masing di bawah 10%. Hal ini menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* terus mempertahankan posisinya sebagai layanan *BNPL* yang paling populer di Indonesia.

Dari data tersebut, dapat dilihat betapa dominannya *Shopee PayLater* sebagai pilihan utama di kalangan konsumen Indonesia. Penelitian lebih lanjut oleh Azzahra (2022) mengungkapkan bahwa adopsi *Shopee PayLater* semakin tinggi, menjadikannya salah satu fitur unggulan dalam aplikasi *Shopee* yang mendukung transaksi belanja daring. Selain itu, survei yang dilakukan oleh Databoks pada September 2023 juga memberikan data yang sangat relevan tentang dominasi *Shopee PayLater* di pasar Indonesia.



Gambar 1.2 Grafik Layanan *PayLater* yang Paling Banyak Diketahui Responden di Indonesia (Databoks, 2023)

Sebagai gerbang yang menyajikan informasi yang bersumber dari lembaga penelitian yang kredibel, termasuk Badan Pusat Statistik (BPS), dan berbagai survei data ekonomi resmi, Databoks merilis bahwa 89 persen responden mengetahui *Shopee PayLater*, menjadikannya produk BNPL dengan tingkat kesadaran tertinggi oleh konsumen Indonesia. Dari semua responden yang menggunakan produk *PayLater*, sekitar 77% dari mereka lebih memilih *Shopee PayLater* sebagai solusi utama untuk memenuhi kebutuhan pembayaran. Studi ini dilakukan pada 1.017 responden dari berbagai daerah di Indonesia, yaitu Pulau Jawa (79%) dan rentang usia 17-35 tahun sebagai kelompok usia pengguna utama layanan ini. Detail ini telah memperkuat posisi *Shopee PayLater* sebagai layanan yang tersebar dengan baik di antara semua segmen masyarakat dan usia serta telah memenangkan hati dan kepercayaan dari masyarakat.

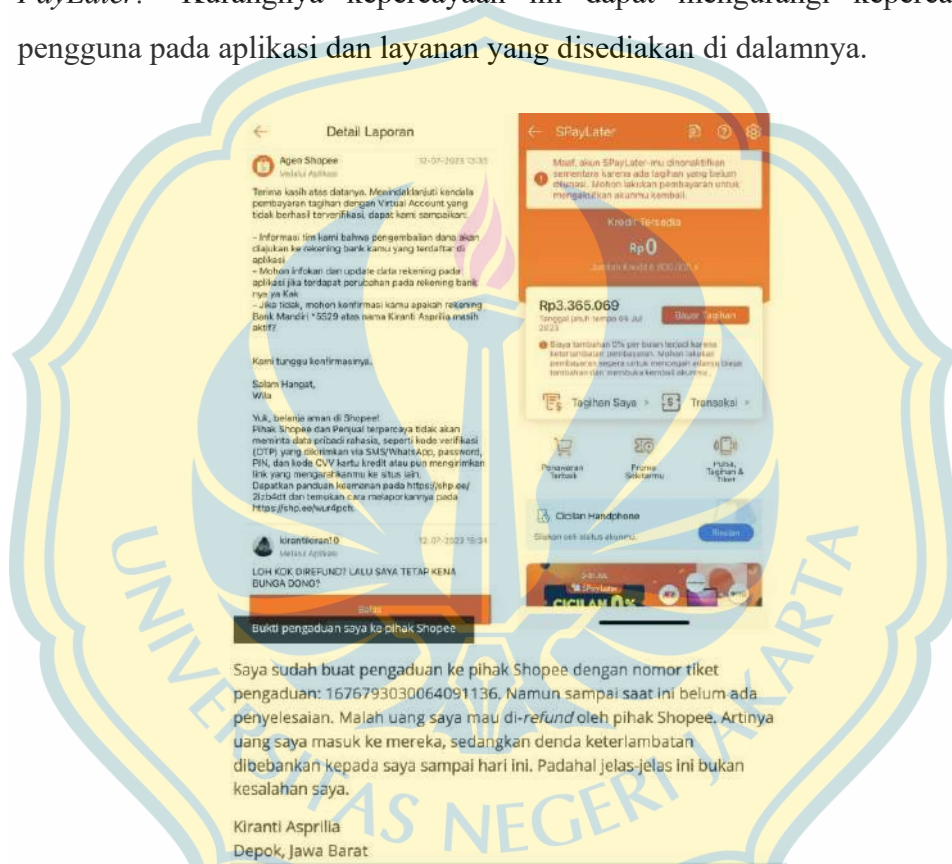
Berdasarkan informasi di atas, kita dapat melihat bahwa *Shopee PayLater* telah berhasil menempatkan namanya sebagai salah satu pemain teratas dalam layanan Beli Sekarang, Bayar Nanti di Indonesia. Dengan

semakin banyaknya orang yang mengakses situs ini, jumlah pengguna aktifnya berkembang dengan cara yang sangat menguntungkan, dan tingkat keberhasilannya dapat dibandingkan dengan beberapa layanan kencan online yang sangat populer. Namun, keberhasilan Shopee PayLater bukan hanya karena tingginya jumlah penggunanya, tetapi juga seberapa puas pengguna dengan penggunaan layanan tersebut. Penelitian oleh Lestari et al. (2021) menemukan bahwa kepuasan konsumen adalah faktor signifikan terhadap niat beli konsumen, terutama dalam *e-commerce* dengan fasilitas pembayaran online termasuk *Shopee PayLater*. Kepuasan ini sangat terkait dengan persepsi kemudahan, kecepatan, dan keamanan aplikasi yang digunakan oleh konsumen.

Sementara *Shopee PayLater* telah mengisi celah di pasar dengan menjadi pemain dominan di sektor Beli Sekarang, Bayar Nanti (BNPL) di Indonesia, beberapa pertanyaan memerlukan jawaban. Pengguna kesulitan dengan tidak mengetahui bagaimana dan kapan pembayaran akan dilakukan, menyebabkan kebingungan dan frustrasi. Banyak pengguna juga mengeluh bahwa tidak mudah melakukan transaksi serta kurangnya petunjuk tentang cara membuat kesalahan pembayaran. Batas waktu pembayaran yang tidak jelas juga menjadi masalah utama, dengan pengguna tidak mendapatkan insentif yang cukup untuk membayar. Ini akan menyebabkan biaya keterlambatan, seperti yang ditunjukkan oleh studi Hisny Fajrussalam et al. (2022), "biaya keterlambatan mungkin menjadi salah satu faktor utama yang mencegah pengguna mendapatkan kepercayaan pada sistem BNPL." Pertimbangan lain yang disebutkan di antara para kritikus adalah respons lambat yang diberikan oleh *Customer Service* ketika pengguna menghadapi masalah yang dapat semakin memperburuk pengalaman pengguna, dan terutama ketika seseorang membutuhkan bantuan segera. Pengalaman layanan pelanggan yang tidak memuaskan ini menunjukkan bahwa tim layanan pelanggan sangat membutuhkan peningkatan responsivitas dan efisiensi.

Selain itu, frustrasi pengguna atas navigasi aplikasi yang ambigu telah dilaporkan. Aplikasi *Shopee PayLater* terlalu rumit sehingga banyak pengguna

merasa bingung saat menggunakannya. Banyak pelanggan mengeluh bahwa mereka kesulitan menggunakan aplikasi *Shopee PayLater* karena UI yang berlebihan dan layanan pencarian yang buruk. Kelemahan sistem verifikasi pendaftaran pengguna baru juga dikhawatirkan, seperti yang ditemukan oleh studi Naurah Safa Meidiosa dan Lolita Permanasari (2023) "kelemahan dalam sistem verifikasi pendaftaran pengguna baru dapat menyebabkan penyalahgunaan data pribadi dengan menggunakan layanan *Shopee PayLater*." Kurangnya kepercayaan ini dapat mengurangi kepercayaan pengguna pada aplikasi dan layanan yang disediakan di dalamnya.



Gambar 1.3 Bukti *Screenshot* Verifikasi Pembayaran Kurang

Lancar

Sumber: (https://mediakonsumen.com/2023/07/19/surat-pembaca/kendalapembayaran-spaylater-yang-mengurangi-saya?utm_source=2023)



Beberapa jam setelah menerima email dari Shopee, saya mencoba berbelanja menggunakan SpayLater. Namun saat melakukan checkout, saya kembali mengalami kegagalan. Saya telah mencoba berkali-kali tanpa hasil. Saya menghubungi layanan pelanggan lagi dan mendapatkan nomor kasus: 1821925751033663514.

Saya menjelaskan bahwa masalah saya terletak pada verifikasi wajah saat checkout, bukan saat login, karena saya sudah bisa login. Namun, dari nomor kasus tersebut, CS Shopee malah menyimpulkan bahwa keluhan saya adalah tentang gagal login, bukan gagal checkout, meskipun saya telah menegaskan perihal pengaduan saya. Sudah dua bulan saya mengalami masalah ini dengan Shopee, tapi tidak ada solusinya.

Nofi Nurhidayah
Depok, Jawa Barat

Gambar 1.4 Bukti *Screenshot* Verifikasi Pembayaran Kurang Lancar

Sumber: (<https://mediakonsumen.com/2024/09/14/surat-pembaca/selalu-gagalverifikasi-wajah-saat-checkout-dengan-shopee-spaylater>, 2024)

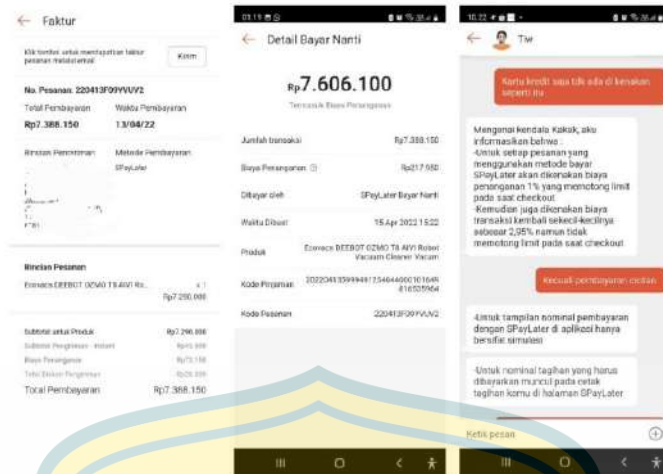


Saya meminta pertanggung-jawaban dan penjelasan dari pihak Shopee mengenai hal ini, jangan menerapkan aturan tanpa persetujuan dari kustomer. Saya tidak pernah menyetujui, menandatangani, atau diminta mengklik atau mengirimkan form ulang sebagai persetujuan perubahan klausula aturan apapun. Mengapa transaksi saya di Nov 2020 hanya dikenakan biaya penanganan satu kali/pertama saja, kemudian di Des 2020 barulah setelah saya data semua pembelian menggunakan SP Later dikenakan biaya penanganan dua kali/double.

Sebagai catatan tambahan, saya tidak pernah berpikir bahwa SP Later adalah sebagai praktek PINJAMAN ONLINE atau pinjol yang sedang marak pembahasannya di Indonesia, dan tengah ditertibkan penggunaannya oleh pemerintah. Namun kalau prakteknya seperti ini, sebaiknya pihak Shopee menjelaskan aturan main ini DENGAN JELAS kepada pendaftar.

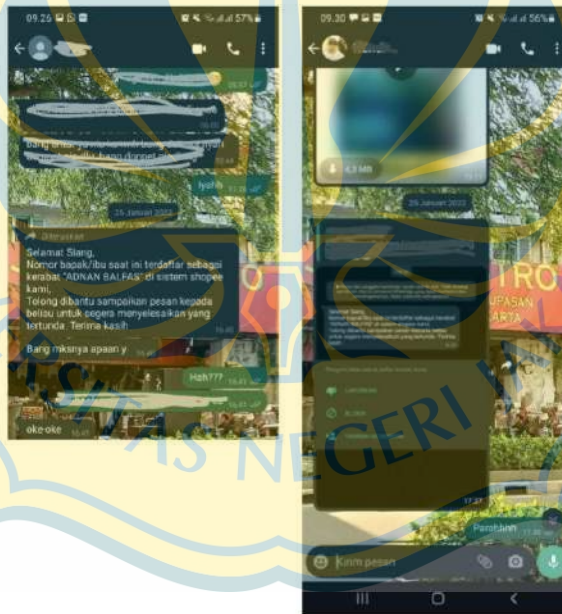
Gambar 1.5 Bukti *Screenshot* Biaya Tambahan yang Tidak Transparan

Sumber: (<https://mediakonsumen.com/2021/10/21/surat-pembaca/shopee-pay-latermengenakan-double-charge-biaya-penanganan>, 2021)



Gambar 1.6 Bukti *Screenshot* Biaya Tambahan yang Tidak Transparan

Sumber: (<https://mediakonsumen.com/2021/10/21/surat-pembaca/shopee-pay-latermengenakan-double-charge-biaya-penanganan>, 2021)



Gambar 1.7 Bukti *Screenshot* Penagihan Bermasalah kepada Pihak Ketiga

Sumber: (<https://mediakonsumen.com/2022/01/27/surat-pembaca/penagihanshlopee-spaylater-kepada-pihak-ketiga-yang-bukan-kontak-darurat>, 2022)



Gambar 1.8 Bukti *Screenshot* Penagihan Bermasalah kepada Pihak Ketiga

Sumber: (<https://mediakonsumen.com/2023/02/18/surat-pembaca/cara-penagihandc-shopee-perlu-diperbaiki>, 2023)

Berdasarkan data yang diperoleh dari survei dan screenshot permasalahan yang ditemukan melalui *mediakonsumen.com* sebagai situs yang menjadi wadah untuk konsumen menyampaikan pendapatnya tentang produk atau jasa yang digunakan pada tahun 2021-2024. Banyak pengguna melaporkan kebingungan terkait proses pembayaran dan tenggat waktu yang tidak jelas, yang sering kali mengakibatkan denda keterlambatan. Data ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan *Shopee PayLater* agar dapat memenuhi harapan pengguna.

Masalah dalam mengevaluasi aplikasi atau sistem web adalah bagaimana menemukan metode yang memungkinkan kuantifikasi kualitas keseluruhan yang dapat diatribusikan kepada pengguna. *SERVQUAL* ialah metode yang dibuat untuk penilaian kualitas layanan internet. Namun, seiring kita beralih ke digital, alat ini tidak dapat menunjukkan dengan baik kompleksitas dan persyaratan khusus dari layanan atau aplikasi di web. Oleh

karena itu, *WebQual 4.0* adalah pilihan yang paling tepat dan sesuai untuk studi saat ini.

Metode *WebQual 4.0* adalah pendekatan yang dibentuk berdasarkan persepsi pengguna untuk menilai kualitas situs web atau aplikasi seluler. Ada tiga komponen dalam pendekatan ini yaitu kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan. Razzaque Putra, Rio Guntur Utomo, dan Muhammad Faris Fathoni (2024) telah melakukan modifikasi terhadap *WebQual* yang terdiri dari dimensi tambahan, yaitu Keamanan dan Privasi. Penambahan konstruksi ini dalam *WebQual 4.0* memberikan cakupan yang lebih kuat dan luas dalam menentukan dimensi kualitas layanan, terutama di area yang sangat berarti bagi pengguna; misalnya, privasi dan keamanan transaksi, yang semakin dianggap sebagai hal yang menarik dalam utilitas aplikasi berbasis keuangan, seperti Shopee PayLater.

Kemudahan penggunaan aplikasi adalah keunggulan utama *WebQual 4.0* dibandingkan pendekatan lain, seperti *E-S-Qual* atau *SERVQUAL*. *E-S-Qual* secara umum berkonsentrasi pada faktor e-commerce generik termasuk kemudahan pemesanan dan pemenuhan sementara tidak cukup mencakup kepuasan pengguna terkait informasi dan kualitas layanan. Di sisi lain, meskipun *SERVQUAL* adalah instrumen yang populer, dan dimensinya juga mencakup layanan *online* (virtual), itu tidak cukup mewakili dinamika pemanfaatan teknologi. *WebQual 4.0*, di sisi lain, dapat menilai pengalaman pengguna dengan cara yang lebih luas: selain kegunaan, yaitu seberapa nyaman, menarik, dan menghibur pengguna merasa, kualitas informasi, yaitu seberapa akurat, dapat diandalkan informasi yang disampaikan dan interaksi layanan, yaitu kualitas komunikasi dan layanan saat berinteraksi dengan aplikasi sebagai back-end.

WebQual 4.0 juga menghadirkan orientasi yang berpusat pada pengguna yang sangat relevan untuk aplikasi e-commerce dan keuangan. Ini sesuai dengan studi oleh I Gusti Ngurah Satria Wijaya et al. (2021) di mana *WebQual* digunakan untuk memeriksa kualitas layanan *e-commerce* dan

Shopee, yang hasilnya telah mengkonfirmasi efektivitas tiga dimensi *WebQual 4.0* terhadap kepuasan pengguna.

WebQual 4.0 untuk menilai aplikasi digital telah berhasil digunakan dalam berbagai konteks serta dalam penelitian sebelumnya. Skripsi oleh Grahari Sulistyo (2023) menggunakan *WebQual 4.0* dalam mengevaluasi kualitas aplikasi BNI TapCash Go untuk pengguna BNI, dan berhasil menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Bahan dan metode studi ini dilakukan berdasarkan penelitian oleh Andi Reza Perdanakusuma et al. (2022) menggunakan *WebQual 4.0* untuk menilai kualitas Jurnal.id dalam konteks manajemen keuangan berbasis web dan menunjukkan bahwa metode ini efektif dalam mengkuantifikasi pengalaman pengguna. Lebih lanjut, studi oleh Denny Ganjar et al. (2024) yang menerapkan *WebQual 4.0* pada kualitas aplikasi kehadiran MyUPJ di Universitas Pembangunan Jaya dan studi oleh Riyan Latifahul et al. (2024) yang menganalisis pengaruh kualitas aplikasi DIGI oleh Bank BJB terhadap kepuasan pengguna berdasarkan pendekatan *WebQual 4.0*.

Dengan menggabungkan pendekatan berbasis dimensi-dimensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis komprehensif terhadap kepuasan pengguna *Shopee PayLater*, serta memberikan wawasan mengenai faktor-faktor utama yang berpengaruh terhadap kualitas layanan yang ditawarkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Seiring dengan semakin populernya *e-commerce*, layanan *buy now, pay later* seperti *Shopee PayLater* semakin banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia. Namun, di samping kemudahan yang ditawarkan, masih ada beberapa aspek yang perlu dievaluasi terkait kepuasan pengguna. Beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Ketidakjelasan dalam Proses Pembayaran dan Jatuh Tempo
 - a. Banyak pengguna mengalami kebingungan dalam memahami mekanisme pembayaran dan jadwal jatuh tempo.

- b. Kurangnya notifikasi yang efektif menyebabkan keterlambatan pembayaran dan denda yang tidak diantisipasi.

2. Layanan Pelanggan yang Kurang Responsif

- a. Pengguna mengeluhkan lambatnya respons layanan pelanggan saat menghadapi kendala transaksi.
- b. Kesulitan dalam menghubungi pihak *Shopee* ketika terjadi masalah, seperti gagal pembayaran atau kesalahan sistem.

3. Navigasi Aplikasi yang Tidak Ramah Pengguna

- a. Beberapa pengguna merasa bahwa fitur *Shopee PayLater* sulit ditemukan atau tidak intuitif.
- b. Kurangnya panduan yang jelas menyebabkan pengguna kesulitan mengakses informasi penting, seperti riwayat transaksi dan tagihan.

4. Keamanan Data yang Rentan terhadap Penyalahgunaan

- a. Terdapat laporan tentang penyalahgunaan data pribadi, seperti Nomor Induk Kependudukan (NIK), dalam proses pendaftaran.
- b. Sistem verifikasi yang masih dapat dimanipulasi meningkatkan risiko akun digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Masalah-masalah ini menunjukkan bahwa meskipun *Shopee PayLater* memberikan fleksibilitas dalam pembayaran, masih ada aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna. transparansi, keamanan, serta efektivitas layanan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan guna memastikan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan ini.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, diperlukan beberapa pembatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengevaluasi persepsi kepuasan pengguna terhadap *Shopee PayLater* berdasarkan lima dimensi dari metode *WebQual 4.0*, yaitu kemudahan pengguna (*usability*), kualitas informasi (*information*

quality), dan interaksi layanan (*service interaction quality*), Privasi dan Sekuriti (*privacy and security*), kepercayaan dan risiko (*trust and risk*) tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lainnya.

2. Fokus penelitian hanya pada pengguna *Shopee PayLater* di Indonesia, khususnya kelompok usia produktif (18–64 tahun) yang aktif dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Fokus penelitian hanya pada pengguna *Shopee PayLater* di Indonesia, khususnya kelompok usia produktif (berusia 18 - 64 tahun).
3. Data penelitian diambil dari survei online yang diisi oleh responden yang pernah menggunakan *Shopee PayLater* minimal selama tiga bulan terakhir, dengan minimum 385 responden.
4. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Ordinal untuk mengevaluasi hubungan antara dimensi *WebQual 4.0* dengan tingkat kepuasan pengguna.
5. Pemrosesan dan analisis data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman *Python* dengan platform *Google Colab* untuk memastikan efisiensi dan akurasi perhitungan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dilakukan, bagaimana mengevaluasi kepuasan pengguna terhadap pengalaman menggunakan *Shopee PayLater* dengan metode *Webqual 4.0*?

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Menyediakan wawasan yang lebih baik mengenai pengalaman dan kepuasan dalam menggunakan *Shopee PayLater*, sehingga dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih bijaksana.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Memberikan landasan bagi penelitian-penelitian di masa mendatang yang ingin mengeksplorasi lebih jauh tentang evaluasi layanan aplikasi *mobile* menggunakan metode *Webqual 4.0* atau pendekatan serupa.

