

BAB I

PENDAHULUAN

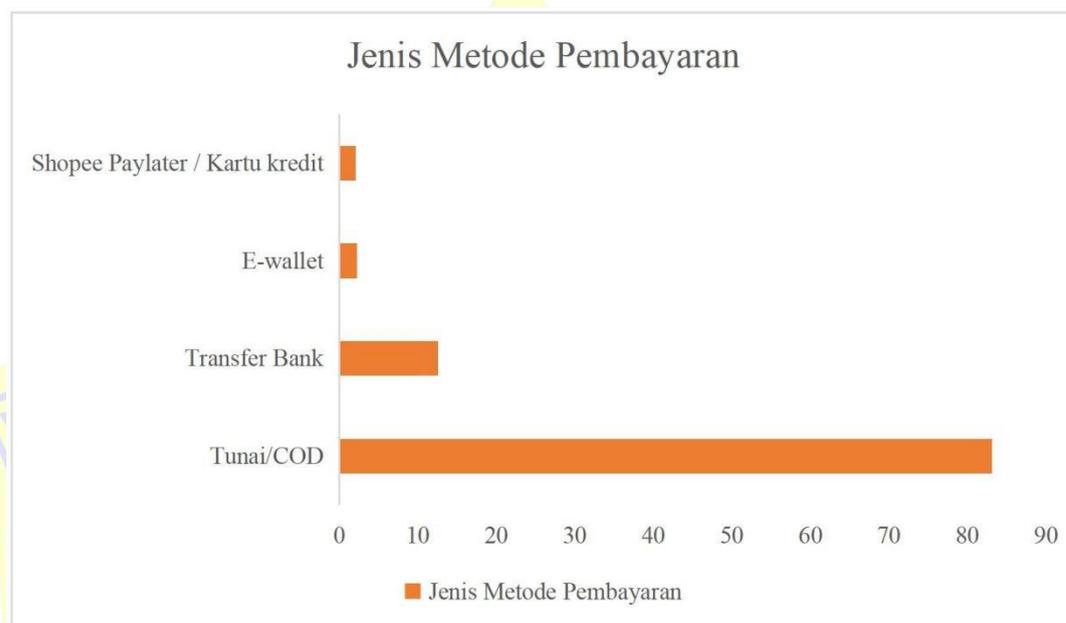
A. Latar Belakang

Inovasi teknologi di dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan cepat. Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh orang, organisasi maupun perusahaan adalah internet. Terdapat banyak pelayanan barang maupun jasa yang dapat diakses melalui internet, terutama dalam bidang jasa keuangan.

Fitur *pay later* telah hadir di sejumlah layanan keuangan, *marketplace*, hingga agen *travel online* dalam beberapa tahun terakhir. Layanan *pay later* menghadirkan tawaran beli dulu bayar nanti dengan beragam syarat yang berbeda dari masing-masing penyelenggara. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *pay later* adalah istilah pada transaksi pembiayaan barang atau jasa. Institusi penyedia layanan akan memberikan dana talangan kepada peminjam untuk membayar transaksi barang atau jasa yang dibutuhkan (cnbcindonesia.com, 2022). Layanan *pay later* digemari masyarakat karena kemudahan proses dan pencairan yang ditawarkannya. Selain itu, sering kali orang memilih menggunakan *pay later* karena tergiur promo diskon khusus.

Menurut Komisaris Digital Futures Exchange Hendrikus Passagi dalam Khoirul, (2022) , *pay later* telah menjadi salah satu infrastruktur penyelesaian transaksi, selain *e-money*, *debit card*, *credit card*, *money transfer*, dan lain sebagainya. Selain itu, *pay later* mempermudah transaksi keuangan dalam

lingkungan ekosistem ekonomi digital. *Pay Later* sangat minim resiko, sebab para pengguna tidak diminta untuk melakukan top up atau menyetor dana di muka yang identik dengan penghimpunan dana publik. Terdapat berbagai macam metode pembayaran selain Pay Later antara lain tunai/COD, Transfer Bank. E-wallet.



Gambar 1. 1 Metode pembayaran paling sering digunakan di Indonesia tahun (2021)

Sumber : (databoks.katadata.co.id, 2022)

Berdasarkan diagram diatas mayoritas pelaku usaha *e-commerce* Indonesia (83,11%) di hampir semua lapangan usaha masih menggunakan metode pembayaran tunai atau *Cash on Delivery* (COD) pada tahun 2021. Adapun COD dilakukan dengan membayar pesanan secara tunai di lokasi pembelian menggunakan uang tunai (*cash*) atau membayar pada saat pesanan tiba di tempat tujuan. Metode pembayaran lain yang paling sering digunakan berikutnya adalah pembayaran dengan transfer bank, baik melalui ATM (*Automated Teller*

Machine), internet banking, maupun mobile banking. Persentasenya sebesar 12,57%. Sementara itu, pelaku usaha e-commerce yang menggunakan metode pembayaran *e-wallet* sebanyak 2,24%, sedangkan kartu kredit atau *Pay Later* hanya 2,08%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna pay later di Indonesia sangat sedikit dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.

Shopee *Pay Later* merupakan metode pembayaran di mana pembeli bisa membeli barang saat ini namun pembayaran menyusul. Fitur Shopee *Pay Later* disediakan oleh PT Commerce Finance di aplikasi Shopee. Dengan adanya Shopee *Pay Later* maka pembeli bisa membeli barang terlebih dahulu dan membayar barang tersebut bulan berikutnya, atau dengan mencicil selama beberapa bulan. Dengan menggunakan Shopee *Pay Later* maka nantinya pengguna bisa memilih periode cicilan. Selain Shopee *Pay Later*, terdapat dompet digital yang menyediakan pay later juga yaitu Go Pay Later, OVO *Pay Later*, dan Traveloka *Pay Later* yang pada dasarnya, Traveloka merupakan *ecommerce* penjualan tiket pesawat dan hotel yang tercepat, termurah dan terlengkap.

Tabel 1. 1 Perbandingan Layanan Pay Later

Pembanding	Shopee Pay Later	Go Pay Later	OVO Pay Later	Traveloka Pay Later
Saldo limit awal	Rp500 ribu – Rp6 juta	Rp500 ribu – Rp1 juta	Rp1 juta – Rp10 juta	Rp3 juta – Rp50 juta
Tenor Pelunasan	1 – 6 bulan	30 hari	30 hari (< Rp1 juta), 3 – 12 bulan (>Rp1 juta)	3– 24 bulan
Bunga Pinjaman	flat 2,95%	0%	flat 2,90%	flat 2%/bulan
Denda	5% dari total harga pokok barang	Rp2,000/hari, setelah grace period 5 hari	bayar 0,1%/hari	1% dari total tagihan, maksimal Rp100 ribu/bulan
Penggunaan Fasilitas	Belanja melalui marketplace Shopee	Belanja melalui Gojek, Tokopedia, dll	Bisa dipakai di Grab maupun Tokopedia	Belanja melalui Traveloka

Sumber : (kedaipena.com, 2021)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa bunga pinjaman dan denda keterlambatan Shopee Pay Later merupakan yang paling tinggi daripada *Paylater* lain, yaitu besar bunga pinjaman 2,95% dan besar denda keterlambatan 5% dari harga total. Selain itu, penggunaan Shopee *Pay Later* memiliki keterbatasan yaitu hanya dapat digunakan pada marketplace Shopee. Namun Berdasarkan laporan Fintech 2021 oleh Dailysocial, Shopee *Pay Later* menjadi layanan bayar nanti atau *paylater* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Tercatat ada 78,4% responden yang menggunakan aplikasi tersebut pada 2021 (dataidataindonesia.id, 2022).

Menurut Irvanto & Sujana (2020) Minat beli atau minat penggunaan merupakan tindakan sebelum konsumen memutuskan untuk membeli atau memakai sebuah produk maupun jasa yang diinginkannya. Merencanakan pembelian berarti konsumen berminat akan menentukan pilihan produk yang akan dibelinya. Karena konsumen belum pernah membeli produk tersebut, konsumen hanya sebatas mengetahui inti produknya saja namun belum bisa dipastikan membeli produknya.

Meningkatnya tingkat belanja *online* dengan berbagai pilihan pembayaran terutama *pay later* yang telah disediakan, semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan saling menguntungkan untuk pihak pembeli maupun penjual, kemudian memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang melukiskan keseluruhan pribadi yang

berinteraksi dengan lingkungannya, salah satu perubahan gaya hidup modern adalah berbelanja secara *online* (Hayati, 2021). Hasil penelitian Tian et al (2019) menjelaskan bahwa belanja *online* telah menjadi pilihan gaya hidup yang luar biasa karena biaya manajemen yang lebih rendah untuk penjual dan harga yang lebih murah untuk pembeli. Mahasiswa memiliki bermacam – macam gaya hidup yang sangat variatif, mahasiswa semester selalu dianggap sebagai mahasiswa yang memahami literasi keuangan yang baik. Semakin baik pemahaman akan literasi keuangan semakin rendah perilaku konsumtif atau gaya hidup seseorang. Selain gaya hidup, persepsi risiko dan kemudahan dalam penggunaan produk jasa juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Persepsi risiko juga diartikan sebagai penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut (Marisa, 2016). Berdasarkan pengalaman penulis dalam menggunakan ShopeePay Layer terdapat beberapa risiko yang akan diterima pengguna selain bunga pinjaman dan denda keterlambatan Shopee Pay Later merupakan yang paling tinggi dari pada *Paylater* lain, yaitu terdapat potensi akun pengguna akan diblacklist yang berarti sudah tidak dapat menggunakan Shopee *Pay Later* lagi.

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007). Sedangkan dalam penggunaan ShopeePay Later seringkali

terdapat kesulitan dalam pengajuan proses approval yang menyebabkan pengguna tidak mendapat kejelasan.

Selain itu meningkatnya penggunaan *pay later* di Indonesia disebabkan untuk memenuhi kebutuhan, mendapatkan potongan harga dan memanfaatkan tenor cicilan yang singkat namun dengan cara pengajuan yang mudah (Rumayya, 2020). Hal ini berkaitan dengan persepsi risiko, yaitu persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan berbagai konsekuensi negatif yang kemungkinan diterima atau dirasakan oleh konsumen setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Bobalca, dalam Windy, 2014). Persepsi risiko merupakan hal penting bagi konsumen sebelum membeli sebuah produk agar meminimalisir kerugian yang mungkin akan diterima di masa yang akan datang setelah penggunaan produk tersebut. Besar kecilnya risiko akan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen, terutama dikalangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung memiliki pemikiran yang mulai meluas dan mempertimbangkan faktor faktor seperti gaya hidup, kemudahan dan persepsi risiko ketika akan memakai atau menggunakan jasa *pay later*.

Minimnya penggunaan *pay later* di Indonesia terutama pada Shopee Pay Later dan banyaknya pesaing, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kecepatan, Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later pada Mahasiswa Surabaya”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?
2. Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?
4. Apakah gaya hidup, kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?
5. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi resiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah gaya hidup, kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Surabaya?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pertimbangan untuk diaplikasikan oleh perusahaan dan pelaku usaha dalam bisnis *pay later* terutama dalam membentuk dan membangun minat penggunaan melalui strategi gaya hidup, kecepatan, kemudahan dan persepsi risiko.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan serta dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan gaya hidup, kecepatan, kemudahan, persepsi risiko, dan minat penggunaan.

E. Sistematika Penulisan Penelitian

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan. Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Kajian pustaka. Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori sebagai dasar pembahasan skripsi yaitu landasan teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, model analisis dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik pengolahan data serta analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V : Penutup. Bab ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.