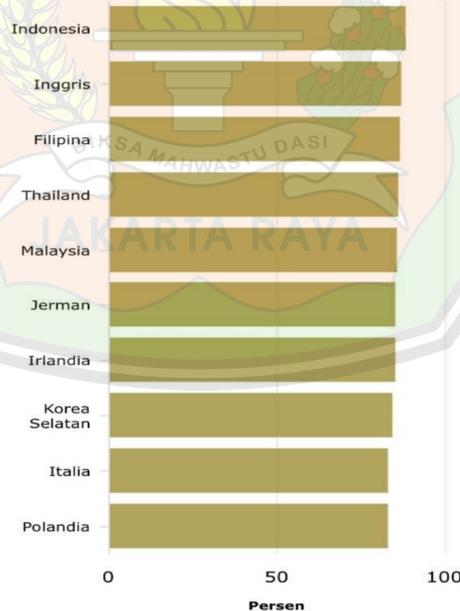


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keberadaan pandemi Covid-19 yang berada di Indonesia sejak awal Maret 2020 saat ini, membuat perubahan-perubahan bagi kebiasaan masyarakat Indonesia di berbagai aspek. Salah satu perubahan tersebut yakni pada aspek ekonomi yang membuat masyarakat memilih untuk merubah kebiasaan dari berbelanja konvensional atau tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli menjadi berbelanja secara *online* untuk mengurangi penyebaran Covid-19 (Rosita, 2020). *E-commerce* atau perdagangan elektronik merupakan sistem elektronik yang digunakan untuk transaksi barang, jasa atau juga pertukaran informasi sebagai hasil dari teknologi informasi yang berkembang secara cepat. Data dari hasil survei *We Are Social* 21 April 2021 Lidwina (2021), Indonesia menduduki posisi tertinggi pertama di dunia dengan persentasi 88.1% pengguna internet pemakai layanan *e-commerce* di Indonesia.



Gambar 1.1 Posisi Pengguna Internet Di Dunia

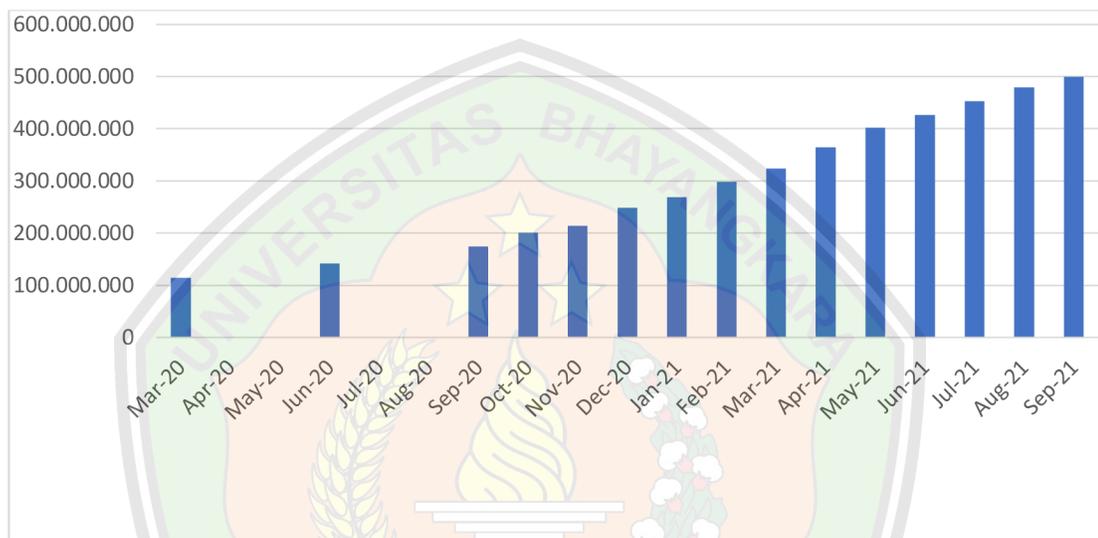
Sumber : databoks.katadata.co.id (2021)

Berkembangnya *e-commerce* dan berubahnya kebiasaan masyarakat dalam berbelanja *online* juga memicu berkembangnya metode pembayarannya yakni dengan hadirnya *financial technology* atau *fintech* (Gunawan, 2018). *Financial technology (fintech)* memiliki definisi penggabungan antara *financial service* dengan *technology*, yang lazimnya pembayaran dilakukan tatap muka antara konsumen dan produsen, sekarang dapat melakukan pembayaran tanpa batas jarak dan prosesnya cepat (bi.go.id, n.d.). Sistem pembayaran *Financial Technology (fintech)* mempermudah dalam transaksi jual-beli menjadi lebih efisien, ekonomis dan efektif. Kemunculan berbagai inovasi produk dan layanan yang ditawarkan *fintech* beriringan dengan perubahan pola hidup masyarakat yang menjadi serba *online* (Gunawan, 2018). Sistem beli sekarang bayar nanti atau dikenal dengan sebutan *paylater* merupakan salah satu inovasi menarik yang ditawarkan *fintech* (Asja et al., 2021).

Seperti namanya sistem beli sekarang bayar nanti atau *paylater* mengadopsi fasilitas pinjaman *online* yang membuat konsumen bisa melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa dengan cepat tanpa memiliki kewajiban untuk langsung membayar transaksi tersebut dan bisa melakukan pembayaran atas transaksi tersebut di kemudian hari. Pembayaran *paylater* ini bisa dilakukan dengan membayar pada saat jatuh tempo dengan sekali bayar atau dengan mencicil (Canestren & Saputri, 2021). Keberadaan *paylater* membuat masyarakat tidak perlu khawatir ketika tidak memiliki uang yang cukup mereka tetap bisa memenuhi kebutuhannya. Maraknya keterbaharuan sistem pembayaran *paylater* ini membuat banyak perusahaan-perusahaan *e-commerce* mulai bekerja sama dengan perusahaan *fintech* (Aulianisa, 2020). Keterbaruan sistem pembayaran di berbagai *e-commerce* ini membuat *paylater* semakin terkenal di masyarakat, hal ini ditunjukkan dengan melonjaknya jumlah pengguna *paylater* dari waktu ke waktu (Sari, 2021).

Saat ini menurut studi yang dibuat *Research Institue of Socio-Economic Development (RISED)* dan Univeristas Airlangga (UNAIR) pada Februari 2021, juga menyampaikan hasil survei terhadap 2000 responden yang ada di 10 provinsi Indonesia bahwa pengguna sistem pembayaran *paylater* sudah menginjak diangka 83% dan intensitas penggunaan sistem pembayaran *paylater* selama pandemi Covid-19

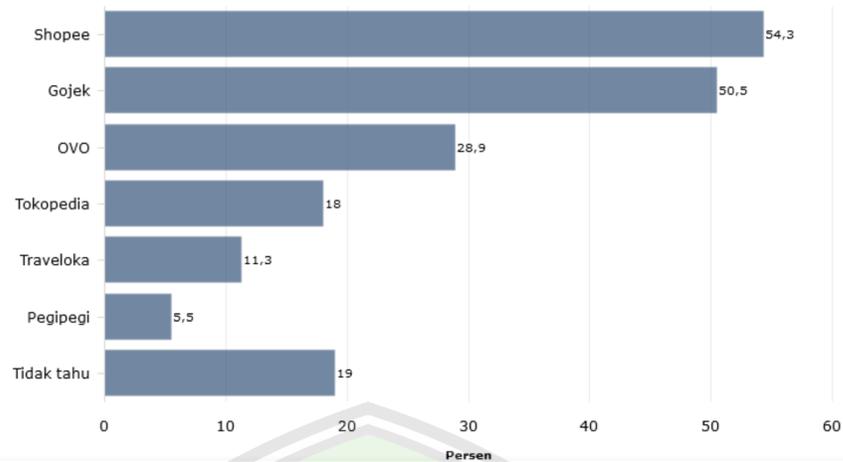
melonjak tinggi dari sekali atau dua kali dalam satu bulan penggunaannya meningkat menjadi lebih dari 3 kali atau bahkan sampai ke 10 kali pemakaian selama satu bulan (Azzahra, 2021). Peningkatan minat masyarakat ini juga didukung oleh laporan statistik OJK mengenai akumulasi jumlah transaksi *borrower* yang terus meningkat di tiap bulannya yang dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki minat yang tinggi (Asja et al., 2021).



Gambar 1.2 Akumulasi Jumlah Transaksi *Borrower*

Sumber : OJK (2021)

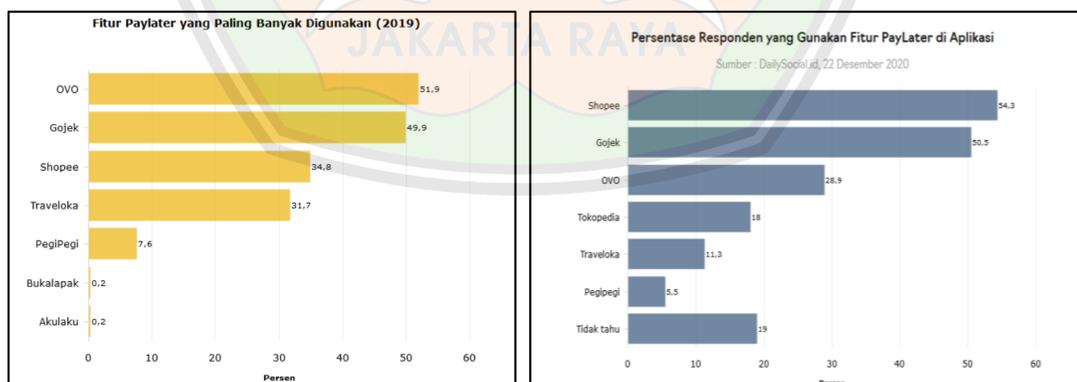
Sistem pembayaran *paylater* ini pertama kali di kenalkan di Indonesia oleh *e-commerce* yang menyediakan jasa travel, Traveloka dan disusul oleh *e-commerce* lainnya seperti Gojek, Shopee, Ovo dan lain sebagainya (Pratika et al., 2021). Pengguna sistem pembayaran *paylater* terbanyak menurut riset yang dilakukan DailySocial yakni pengguna Shopeepaylater dengan persentase 54,3%. Sebanyak 50,5% sebagai pengguna sistem pembayaran Gopaylater, 28,9% pengguna OVO *paylater*, 18% pengguna *paylater* pada Tokopedia, 11,3% pengguna *paylater* pada Traveloka dan 5,5% pengguna *paylatZer* pada Pegipegi (Lidwina, 2020).



Gambar 1.3 Persentase Penggunaan Fitur Paylater Di Aplikasi

Sumber : DailySocial.id (2020)

Shopee menggandeng perusahaan PT Lentera Dana Nusantara (LDN) untuk pengadaan pembayaran *paylater* yang dikenal dengan sebutan *Spaylater*. *Spaylater* merupakan pinjaman *online* tanpa jaminan dan kartu kredit yang dijadikan solusi keuangan untuk pengguna aplikasi Shopee (Asja et al., 2021). Minat penggunaan menggunakan *Spaylater* mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, hal ini dibuktikan dengan data persentase perkembangan penggunaan fitur *paylater* di aplikasi pada tahun 2019 dan tahun 2020 (Gambar 1.4).



Gambar 1.4 Penggunaan Fitur Paylater Tahun 2019 dan 2020

Sumber : DailySocial.id (2020)

Menurut Davis, (1989) dalam Jogiyanto (2007) mengatakan bahwa suatu hal yang membuat seseorang terdorong atau menginginkan untuk melakukan perilaku. Konsumen yang sudah menggunakan suatu produk kemudian memiliki motivasi untuk mencobanya, motivasi ini bisa disebabkan oleh perasaan suka terhadap produk tersebut. Minat penggunaan terhadap suatu produk yang memiliki inovasi bisa dilihat melalui analisa ke sisi internal dan eksternal produk tersebut. Pengetahuan, kapasitas, sumber daya serta teknologi yang dipakai perusahaan masuk ke dalam sisi internal, sedangkan kebutuhan pengguna dan juga harapan pemilik produk terhadap produknya merupakan sisi eksternal (Prasetya & Putra, 2020). Laporan statistik OJK juga menunjukkan bahwa transaksi *borrower* ini banyak digunakan oleh generasi milenial dengan akumulasi pengguna usia 19-34 tahun sebanyak 67,19% ,dan 35-54 tahun 30,44% (ojk.go.id, n.d.). Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1981 hingga 2000 dengan usia kini 40 hingga 21 tahun. Generasi ini lahir pada perkembangan teknologi internet yang pesat (Rianto et al., 2020). Dikarenakan fitur Shopee *paylater* ini adalah pemberian pinjaman via *online* yang konsep penggunaannya tanpa menggunakan kartu kredit membuat kalangan generasi milenial menyukai fitur ini (Fadhila et al., 2020).

Kemudahan dalam penggunaan layanan *paylater* yang diiringi dengan pesatnya penggunaan teknologi dan kemudahan pengaksesan internet memerlukan pengetahuan terkait literasi keuangan. Karena dibalik sisi positif penggunaan sistem pembayaran *paylater* pada masa pandemi Covid-19 yang dapat memberikan manfaat serta terdapat kemudahan, sistem pembayaran *paylater* ini dapat menjadi hal yang negatif jika pengguna sistem pembayaran ini tidak bertanggung jawab atau tidak bisa membayar kewajibannya akibat lemahnya perekonomian pribadi akibat pandemi Covid-19 ini (Asja et al., 2021). Literasi keuangan merupakan aspek yang berhubungan dengan kemampuan serta perilaku yang dimiliki seseorang terhadap keuangannya (Ismanto et al., 2019). Literasi keuangan dapat membantu untuk menghindari terjadinya permasalahan-permasalahan finansial (Haikal & Wijayangka, 2021). Literasi keuangan yang baik juga akan menjadi penentu kelancaran individu dalam pembayaran kewajibannya (Ismanto et al., 2019). Kelancaran pembayaran kewajiban yang

dilakukan seseorang 67% tersumbang dari tingkat literasi keuangan yang ia miliki (Ismanto et al., 2019). Untuk itu diperlukan literasi keuangan yang cukup agar tidak terdampak hal – hal yang negatif dari kemudahan transaksi *fintech* khususnya transaksi *paylater* ini.

Keputusan untuk menggunakan suatu produk atau jasa dapat dipertimbangkan melalui persepsi manfaat pelanggan (Nurzanita & Marlana, 2020). Sebelum memutuskan menggunakan suatu produk atau jasa dan menimbulkan minat pengguna, pengguna akan mempertimbangan apa saja yang akan didapat ketika menggunakan produk/jasa tersebut (Prasetya & Putra, 2020). Minat pengguna akan muncul ketika memiliki perasaan senang kepada produk yang akhirnya membuat pengguna tergerak untuk menggunakan produk tersebut (Prasetya & Putra, 2020). Menurut Hadijah, 2019 Shopee *paylater* memberikan manfaat yang sama dengan kartu kredit dan memudahkan penggunaanya ketika akan melakukan transaksi pembelian maupun penjualan di Shopee dengan melakukan pembelian terlebih dahulu baru membayarnya di kemudian hari (Rismayadi et al., 2020).

Pendapatan dapat mempengaruhi kelancaran seseorang membayar kewajibannya. Pendapatan yang lebih baik bisa didapatkan melalui literasi keuangan dan sikap keuangannya yang baik, sehingga dengan pendapatan yang lebih baik seseorang dapat membayar kewajibannya (Ismanto et al., 2019). Pendapatan yang rendah juga dapat memicu munculnya permasalahan keuangan seperti tidak bertanggung jawab atau tidak bisa membayar kewajibannya (Haikal & Wijayangka, 2021).

Penelitian-penelitian sebelumnya pernah meneliti variabel-variabel faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan. Salah satunya yakni (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2020) hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan seseorang memberikan *feedback* atau pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan uang elektronik yang berbasis chip. Melalui literasi keuangan ini dapat mempengaruhi bagaimana seseorang melakukan pengelolaan keuangannya secara efektif serta efisien. Hal ini didukung oleh hasil

penelitian yang dilakukan oleh (Haikal & Wijayangka, 2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap pemanfaat pinjaman online. Namun kedua hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Giriani & Susanti, 2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi minat penggunaan *E-Money*.

Dalam penelitian (Asja et al., 2021) memberikan hasil bahwa manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat seseorang untuk menggunakan layanan *paylater*. Penelitian yang dilakukan (Prasetya & Putra, 2020) memberikan hasil minat menggunakan *electronic money* dipengaruhi oleh variabel manfaat. Kedua hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian (Himawati, 2018) yang mengatakan bahwa manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dalam penelitian lain menghasilkan bahwa manfaat (*perceived use*) tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan (Ramadhan et al., 2016).

Terkait variabel pendapatan terhadap minat penggunaan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Asja et al., 2021) hasilnya menunjukkan bahwa tingkat minat penggunaan layanan *paylater* dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Hal ini didukung oleh penelitian (Russetyowati, 2018) dan bertolak belakang dengan penelitian (Nur Fadhillah, 2018) yang menyatakan pendapatan tidak mempengaruhi minat penggunaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, terdapat gap dan ketidak konsistenan pada penelitian terdahulu serta belum adanya penggabungan antara variabel literasi keuangan, manfaat dan pendapatan terhadap variabel minat penggunaan maka penelitian ini mengajukan judul **“Pengaruh Literasi keuangan, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Di Platform Shopee (Studi Pada Generasi Milenial Kabupaten Bekasi di Masa Pandemi Covid-19)”**

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Rumusan permasalahan yang diambil berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah variabel literasi keuangan mempengaruhi minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah variabel manfaat mempengaruhi minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19 ?
3. Apakah variabel pendapatan mempengaruhi minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19 ?
4. Apakah variabel literasi keuangan, manfaat dan pendapatan mempengaruhi minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19 ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari literasi keuangan terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari manfaat terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari pendapatan terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19.

4. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari literasi keuangan, manfaat dan pendapatan terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee pada generasi milenial Kabupaten Bekasi di masa pandemi Covid-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat akademis, memberikan tambahan ilmu wawasan yang bermanfaat di bidang Manajemen Keuangan khususnya terkait pengaruh literasi keuangan, manfaat serta pendapatan terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi dalam membuat karya ilmiah lainnya bagi seluruh civitas akademis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya maupun pihak lain yang membutuhkan.
2. Manfaat profesional, penelitian ini dapat memberikan informasi terkait literasi keuangan, manfaat dan pendapatan terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee yang dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk upaya pertimbangan penggunaan *paylater* di platform Shopee .
3. Manfaat regulator, diharapkan penelitian ini dapat membantu masyarakat ataupun pembaca dalam melakukan keputusan untuk penggunaan Shopee *paylater*.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Penggunaan batasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang akan dicapai. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam pembahasan penelitian ini yakni fokus penelitian hanya pada pengaruh literasi keuangan, manfaat dan pendapatan personal terhadap minat penggunaan *paylater* di platform Shopee dan objek penelitian terfokus pada generasi milenial di Kabupaten Bekasi yang menggunakan *paylater* yang ada pada platform Shopee.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Penjelasan mengenai latar belakang, rumusan permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan terdapat pada BAB I ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Penjelasan mengenai literatur yang mendasari topik pada penelitian, penelitian terdahulu, perbedaan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis terdapat pada BAB II ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Penjelasan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu beserta tempat penelitian, metode pengambilan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data penelitian ini terdapat pada BAB III ini.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis data dan pembahasan (diskusi) hasil penelitian terdapat pada BAB IV ini.

### **BAB V PENUTUP**

Penjelasan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian ini terdapat pada BAB V ini.