

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

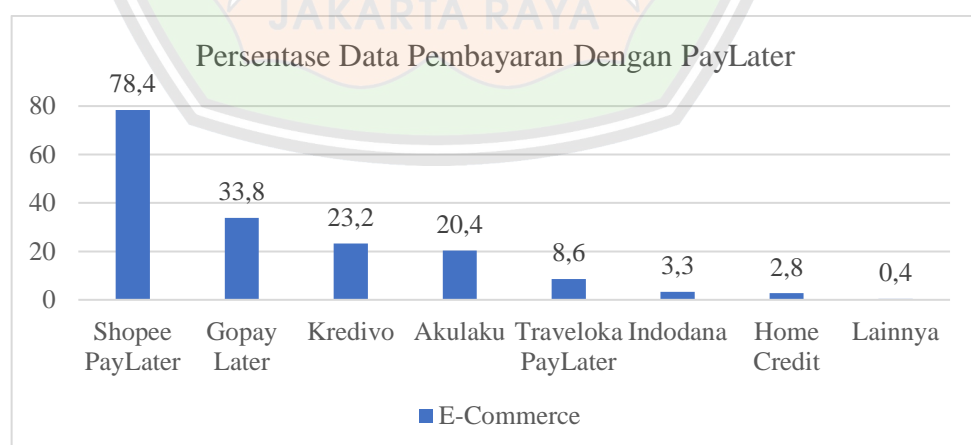
Pertumbuhan FinTech (*Financial Technology*) sudah semakin berkembang dari tahun ke tahun. Pada awalnya 7% di tahun 2007, berkembang menjadi 20% di tahun 2011, kemudian mengalami peningkatan di tahun 2014 menjadi 36% dan di tahun 2017 mengalami peningkatan lagi menginjak di angka 78% atau tercatat sebanyak 140 perusahaan melakukan transaksi FinTech di Indonesia. (sikapiuangmu.ojk.go.id).

FinTech (Financial Technology) merupakan bentuk layanan keuangan berbasis teknologi berasal dari hasil gabungan yang beradu antara sistem keuangan dan technology. (bi.go.id, 2019). Industri keuangan tradisional yang tidak dapat dibantu secara menyeluruh, seperti bank, karena memiliki keterbatasan peraturan yang ketat dalam membantu masyarakat di daerah pedalaman tertentu. Maka dari itu masyarakat mencari alternatif lembaga keuangan yang lebih terbuka dan memiliki sistem keuangan efektif yang dapat menangani berbagai tingkatan. Fintech menjadi solusi dari permasalahan tersebut, karena mudah dijangkau di berbagai tempat dengan hanya menggunakan SmartPhone. (Rismayadi et al., 2020).

Seiring kemunculan layanan digital yang secara bersamaan mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia didorong untuk serba *online* yang dirasa lebih

efektif dan efisien dari segi waktu maupun tenaga. Karena bisa untuk memenuhi kebutuhannya seperti berbelanja hingga travelling tanpa harus menunggu memiliki uang yang cukup, dikarenakan beberapa *e-commerce* menyediakan fitur cicilan *digital PayLater* (bayar nanti) yang menarik perhatian masyarakat khususnya Indonesia (bi.go.id, 2019). Fitur tersebut membantu masyarakat menyelesaikan berbagai masalah yang kini dapat diminimalkan.

Metode pembayaran yang muncul di negara maju dan berkembang, termasuk ke golongan dompet digital (e-wallet) yang sangat populer dan dapat diterima seperti di Indonesia ini. Perkembangan dompet digital dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti peningkatan penyebaran, inklusi keuangan, penetrasi seluler, lebih cepat, lebih nyaman dan lebih murah. Pembayaran digital seperti ini memiliki fungsi dalam perbaikan ekonomi, mulai dari pengaturan, lembaga keuangan, produsen barang (manufaktur), pedagang bahkan konsumen itu sendiri. (Aulia, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik Persentase Data Pembayaran dengan *Paylater*

Sumber: Dailysocial (2021, data diolah)

Berdasarkan grafik diatas, menunjukkan data pembayaran menggunakan *paylater* pada tahun 2021 terdapat delapan e-commerce penyedia fitur *paylater* atau fitur bayar nanti makin diminati masyarakat semenjak pandemi Covid-19. Dari hasil survei DailySocial yang melibatkan 1.500 responden. Sebanyak 53,7% produk digital payment / dompet digital menjadi produk teknologi keuangan yang paling banyak dipakai di Indonesia. Karena tanpa perlu membawa uang tunai, dapat melakukan transaksi yang memberikan kemudahan dan kecepatan (bi.go.id, 2020).

Dan hasil survei tersebut menunjukkan pengguna layanan Shopee *PayLater* menduduki peringkat pertama mencapai 78,4%. Selanjutnya, disusul dengan Gopay *Later* sebanyak 33,8% responden yang menggunakan fitur bayar nanti di aplikasi milik Gojek ini. Fitur *PayLater* kreditivitas sebanyak 23,3% responden. Kemudian, pada layanan Akulaku dengan menggunakan fitur *PayLater* 20,4% responden. Ada 8,6% konsumen menggunakan Traveloka *PayLater*. Dan sisanya, 0,4% konsumen menggunakan aplikasi lainnya dengan layanan fitur *paylater*.

Menurut (Fajrussalam et al., 2023) pada tahun 2020, jumlah pengguna Shopee *Paylater* mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan jumlah keseluruhan peminjam yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang peminjam. Jumlah dana berdasarkan akumulasi yang dikeluarkan oleh Shopee *Paylater* hampir mencapai Rp1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan mencapai hampir 95%.

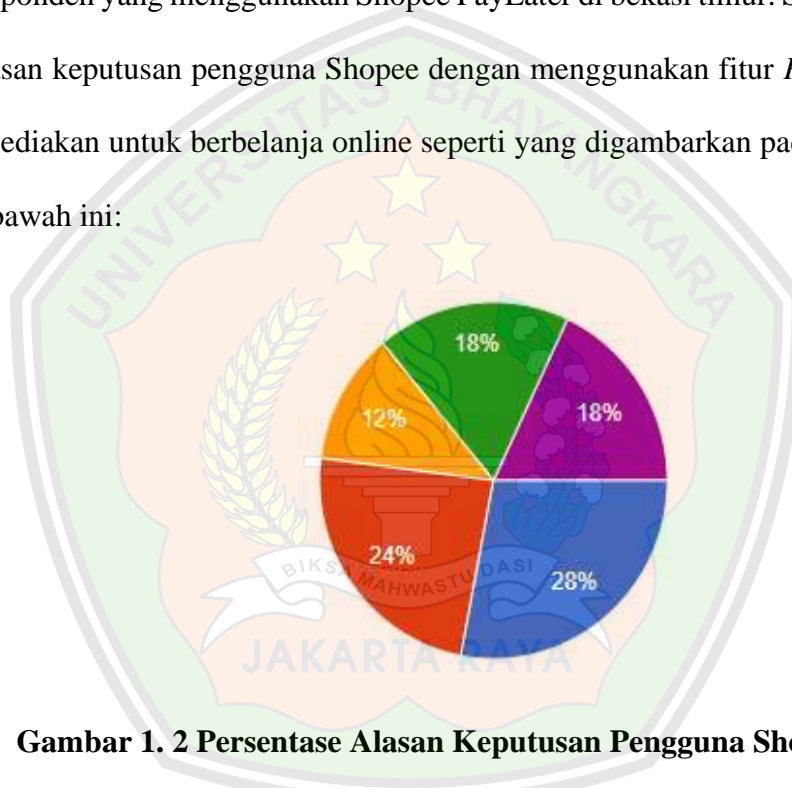
Shopee merupakan *marketplace* yang paling diminati masyarakat Indonesia. Shopee sendiri mulai rilis tahun 2015, *platform* berbelanja secara *online* terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Sebagai aplikasi *mobile platform e-commerce* yang terjangkau, aman, menarik, memiliki berbagai macam item untuk kebutuhan sehari-hari dan menyediakan fitur-fitur pembayaran yang sudah disediakan, (careers.shopee.co.id). Salah satu sistem pembayaran tersebut adalah *paylater*, yang didukung pelayanan pembayaran tersebut oleh PT. Commerce Finance.

PT. Commerce Finance tersebut bekerja sama dengan PT. Shopee Internasional Indonesia pada fitur di website Shopee *paylater* (*SPayLater*). Kerja sama ini bertujuan untuk pengguna layanan Shopee yang tidak memiliki saldo *Shopee pay* atau belum bisa mempunyai dana agar dapat berbelanja di Aplikasi Shopee dengan cepat dan mudah. Pengguna Shopee bisa melakukan transaksi pembayaran dan berbelanja di Shopee dengan mengaktifkan *SPayLater* dengan cara mengunggah KTP agar pengguna dapat di verifikasi oleh PT. Shopee Internasional Indonesia. (Permata & Haryanto, 2022).

Dengan menggunakan *SPayLater*, seluruh biaya atas penggunaan jasa layanan di Shopee akan dibayarkan oleh PT. Commerce Finance dengan cara memberikan pinjaman dalam proses checkout barang yang ada di aplikasi Shopee. Limit awal yang diperoleh kepada pengguna yang telah meng-aktivasi *SPayLater* sebesar Rp 750.000 dan limit maksimal saat ini sebesar Rp 9.000.000 setelah memenuhi persyaratan yang telah diajukan lalu akan dilakukan peninjauan dari pihak Shopee. Tagihan akan jatuh tempo pada setiap

tanggal 1, 15, 21, 25 setiap bulannya sesuai dengan periode tagihan yang dipilih pengguna. Shopee memberikan kemudahan dalam sistem transaksi pembayaran pembelian produk, kelebihan *SPayLater* yaitu dapat melakukan pinjaman instan dengan bunga dan biaya penanganan yang sangat minim.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh penulis sebanyak 50 responden yang menggunakan Shopee PayLater di bekasi timur. Sebagian besar alasan keputusan pengguna Shopee dengan menggunakan fitur *PayLater* yang disediakan untuk berbelanja online seperti yang digambarkan pada gambar 1.2 dibawah ini:



Gambar 1. 2 Persentase Alasan Keputusan Pengguna Shopee *Paylater*

Sumber: Data diolah Prasurvei Peneliti

Berdasarkan gambar 1.2 bahwa alasan keputusan pengguna Shopee *PayLater* di bekasi timur adalah yaitu sebanyak 14 responden atau 28% karena ketertarikan menggunakan fitur Shopee *Paylater*, 12 responden atau 24% karena telah menggunakan fitur Shopee *PayLater* untuk bertransaksi, karena merk nya yang terkenal, 9 responden atau 18% karena sudah banyak melakukan transaksi dengan fitur Shopee *Paylater* dan akan selalu dicoba untuk

menggunakan Shopee Paylater dalam transaksi online, 6 responden atau 12% karena akan terus menerus menggunakan Shopee Paylater dimasa mendatang. Berdasarkan prasurvei yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai keputusan penggunaan Shopee *PayLater* di bekasi timur, karena hal-hal yang menarik perhatian seperti, promo, *cashback*, gratis ongkir, merk yang terkenal, dan pengaruh dari orang-orang disekitar, dan masih banyak lagi.

Pengertian keputusan adalah pemilihan atau tidakn dari dua pilihan alternative atau lebih. Menurut (Putri & Iriani, 2020) keputusan pembelian dalam jaringan adalah proses pembelian oleh konsumen menggunakan media internet yang memiliki nilai manfaat yang lebih tinggi. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi dengan perusahaan. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan.(Azzahra & Supriyadi, 2022).

Keputusan pengguna disebabkan oleh beberapa faktor salah satu faktor tersebut adalah pengetahuan keuangan. Menurut (Pradiningtyas & Lukiastuti, 2019) pengetahuan keuangan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi. (Utami, 2021) pengetahuan keuangan adalah tentang pengalaman keuangan atau apa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan keuangan juga dapat dartikan sebagai seseorang yang telah belajar banyak tentang dunia keuangan, yang terdiri dari

alat dan keterampilan keuangan. Alat Keuangan adalah salah satu bentuk perilaku keuangan dalam pengambilan keputusan, menggambarkan dan mengembangkan keterampilan keuangan sebagai cara mengambil keputusan. Di sisi lain alat keuangan dapat diartikan juga sebagai sumber daya atau alat yang di pergunakan untuk membuat keputusan tentang manajer keuangan, seperti kartu debit, kartu kredit dan cek.

Pengetahuan keuangan menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan, karena pengetahuan akan keuangan merupakan alat yang berguna untuk membuat suatu keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan juga merupakan kebutuhan primer bagi setiap orang agar terhindar dari permasalahan keuangan. Kesulitan akan keuangan juga dapat timbul jika terjadi kesalahan dalam hal-hal pengendalian keuangan. Kurangnya pengetahuan finansial dapat menyebabkan stres dan rendahnya kualitas kepercayaan diri.

Faktor ekonomi menjadi salah satu faktor terjadinya keputusan pengguna adalah pendapatan. Menurut (Handayani & Rianto, 2021) Pendapatan (Income) adalah sebagai keseluruhan uang yang diterima oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun. *Income* adalah pendapatan yang di terima seseorang baik berupa kas maupun bukan kas dalam periode waktu tertentu yang dapat langsung digunakan untuk belanja kebutuhan yang diinginkan. Pendapatan yang diperoleh dapat digunakan untuk membeli suatu barang yang diinginkan untuk kebutuhan hidup.

Faktor lingkungan (*social influence*) juga menjadi salah satu penyebab keputusan suatu pengguna, dikarenakan ketertarikan satu dengan yang lainnya yang mengakibatkan ikut-ikutan untuk menggunakan suatu sistem aplikasi. Social Influence sebagai perubahan dalam pikiran, perasaan, sikap atau perilaku individu yang dihasilkan dari interaksi dengan individu atau kelompok lain. (Umiyati et al., 2021).

Keputusan untuk menggunakan melainkan juga ada dua keyakinan utama berupa *perceived ease of use* (persepsi kemudahan), juga *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) yang berdampak besar terhadap para penggunanya. (Purnamasari et al., 2021). Persepsi kemudahan memiliki pengertian sejauh mana individu mempercayai bahwa dirinya akan lebih sedikit mengeluarkan usaha ketika menggunakan teknologi tertentu atau bebas dari usaha. (Apriyani & Suharti, 2017) Persepsi manfaat adalah sejauh mana individu mempercayai bahwa penggunaan teknologi tertentu akan mampu memberikan peningkatan terhadap kinerja pekerjaannya.

Penelitian ini sudah dilakukan oleh banyak peneliti terdahulu sehingga ditemukan adanya research gap. Penelitian yang dilakukan oleh (Saleh et al., 2020), (Herlinawati & Krisnawati, 2021) dan (Handida & Sholeh, 2019) bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan semakin tinggi pula keputusan penggunaan. Pengetahuan keuangan dimaknai sebagai tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai keuangan yang diukur dengan aspek pengetahuan keuangan dasar, investasi,

simpanan dan pinjaman, serta asuransi. Dikarenakan jika seseorang yang memiliki pemahaman yang baik cenderung menghasilkan keputusan keuangan yang baik dan rasional. Seseorang pemahaman literasi yang baik dapat merencanakan keuangan di masa depan salah satunya dengan mempersiapkan dana darurat di masa mendatang.

Namun menurut (Giriani & Susanti, 2021) dan (Safira & Susanti, 2020) pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengguna, dikarenakan tidak berpengaruh oleh tingginya tingkat literasi keuangan. Dan juga dikarenakan mengambil keputusan menggunakan *paylater* berdasarkan keinginan pribadinya saja tidak berdasarkan literasi keuangan, inovasi-inovasi yang ditampilkan oleh penerbit *paylater* dapat memicu keinginan untuk menggunakannya. Misalnya, ketika penerbit *paylater* menawarkan *cashback* untuk pembelian di berbagai *merchant*, masyarakat cenderung menggunakan produk tersebut untuk mendapatkan *cashback* tanpa memperhatikan detail ketentuan menggunakan produk *paylater* tersebut.

Hasil Penelitian (Polisoa et al., 2015) dan (Nursal et al., 2022) mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna. Semakin tinggi pendapatan, maka kecenderungan masyarakat untuk menggunakan *paylater* akan semakin tinggi. Pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh individu. Individu akan lebih percaya diri untuk mencoba atau mengetahui teknologi baru jika memiliki kestabilan dalam hal finansial. Namun menurut (Salmah & Hakim, 2021) dan (Laksono & Iskandar,

2018) pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna. Sehingga pendapatan tidak mendorong terjadinya keputusan pengguna.

Penelitian (Umiyati et al., 2021), (Permana & Parasari, 2019) dan (Mukminin et al., 2019) variabel *social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna *paylater*. Maka semakin bagus kinerja *paylater* di shopee akan semakin baik pula pengaruhnya terhadap keputusan pengguna *paylater*.

Menurut (Rahmawati & Yuliana, 2020) dan (Hutami et al., 2020) dalam variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) terbukti berpengaruh dengan arah pengaruh yang positif terhadap keputusan pengguna. Hal tersebut memiliki pengertian bahwa semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan yang dimiliki oleh metode pembayaran Shopee *paylater* maka akan semakin menurunkan keputusan penggunaan metode pembayaran Shopee *paylater*.

Variabel persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. (Hutami et al., 2020) dan (Rahmawati & Yuliana, 2020). bahwa persepsi kebermanfaatan mempengaruhi terjadinya keputusan pengguna *paylater*, yang dimana semakin banyaknya manfaat yang dirasakan pengguna shopee *paylater* maka akan semakin besar keputusan penggunaan shopee *paylater*.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, Social Influence, Persepsi**

Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Pengguna Shopee Paylater di Bekasi Timur”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur?
5. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan mengenai masalah pengguna shopee paylater. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan terhadap keputusan pengguna Shopee Paylater di Bekasi Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.

3. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.
4. Untuk mengetahui persepsi kemudahan terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.
5. Untuk mengetahui persepsi kebermanfaatan terhadap keputusan pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan suatu manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, dengan adanya penelitian ini diharapkan akan menambah informasi dan pembelajaran terbaru bagi si penulis, khususnya terkait strategi *Shopee Paylater* dalam meningkatkan jumlah pengguna di tengah banyaknya persaingan perusahaan *paylater* lainnya.
2. Bagi Perusahaan, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi bagi *Shopee Paylater* agar memepertahankan posisinya serta berkembang lebih sesuai keinginan penggunanya.
3. Bagi Akademis, dengan adanya penelitian ini diharapkan akan memberikan sebuah informasi baru yang berkaitan dengan *financial technology* bagi mahasiswa dalam penulisan karya tulis ilmiahnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar dalam penelitian ini tidak terlalu meluas, sehingga penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pengguna *Shopee PayLater* yang dijadikan responden dalam penelitian ini hanya yang berlokasi di Bekasi Timur.
2. Permasalahan yang dibahas hanya pengaruh pengetahuan keuangan, pendapatan, *social influence*, persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan terhadap pengguna *Shopee PayLater* di Bekasi Timur.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Sistematika Penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yang disusun secara berurutan yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang dan rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah dan mendeskripsikan mengenai sistematika penulisan yang diperlukan dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang landasan teori dan literatur pendukung seperti definisi yang diambil dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan penyusunan penelitian ini dan terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, operasional dan pengukuran variabel, waktu dan tempat penelitian serta metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Meringkas dan menunjukkan hasil riset secara padat dari bab sebelumnya, serta menjelaskan tentang keterbatasan penelitian, dan saran penelitian.