

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan saat ini berjalan dengan cepat dan dinamis, terutama dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi. Akses dan penggunaan berbagai layanan internet semakin mudah. Kemajuan ekonomi suatu negara juga semakin cepat berkat perkembangan teknologi yang canggih di bidang ekonomi. (Abiba & Indrarini, 2021). Semakin banyak orang yang beralih ke belanja online untuk berbagai jenis produk dan layanan. Produk yang tersedia online semakin beragam. Selain produk konsumen seperti pakaian, elektronik, dan makanan, belanja online juga mencakup layanan seperti pemesanan makanan, tiket perjalanan, dan bahkan konsultasi medis. *E-commerce* adalah jual beli online atau transaksi komersial. Sedangkan Marketplace merupakan tempat jual beli online, penjual hanya menerima uang ketika barang sudah sampai di rumah pembeli.

Menurut (Eviana & Saputra, 2022) Salah satu bentuk *FinTech Lending* yang populer saat ini adalah *Pay Later*, yang merupakan salah satu inovasi *FinTech* yang banyak diminati oleh masyarakat untuk melakukan transaksi. *Pay Later* adalah konsep yang mirip dengan kartu kredit, di mana pengguna dapat bertransaksi di platform *e-commerce* dan memiliki opsi untuk membayar secara cicilan atau secara penuh pada tanggal jatuh tempo. Salah satu elemen yang menarik dari fitur *Pay Later* adalah kemampuannya untuk memberikan pinjaman kepada individu yang tidak memiliki rekening bank (yang disebut sebagai "*unbanked*"). Hal ini membuka

peluang bagi berbagai lapisan masyarakat untuk menggunakan fitur *Pay Later* ini, dan daya tarik inilah yang membuat *Pay Later* menjadi inovasi yang diminati oleh pengguna saat ini. (Eviana & Saputra, 2022)

Gambar 1.1 Grafik Persentase Data Pembayaran dengan *PayLater*



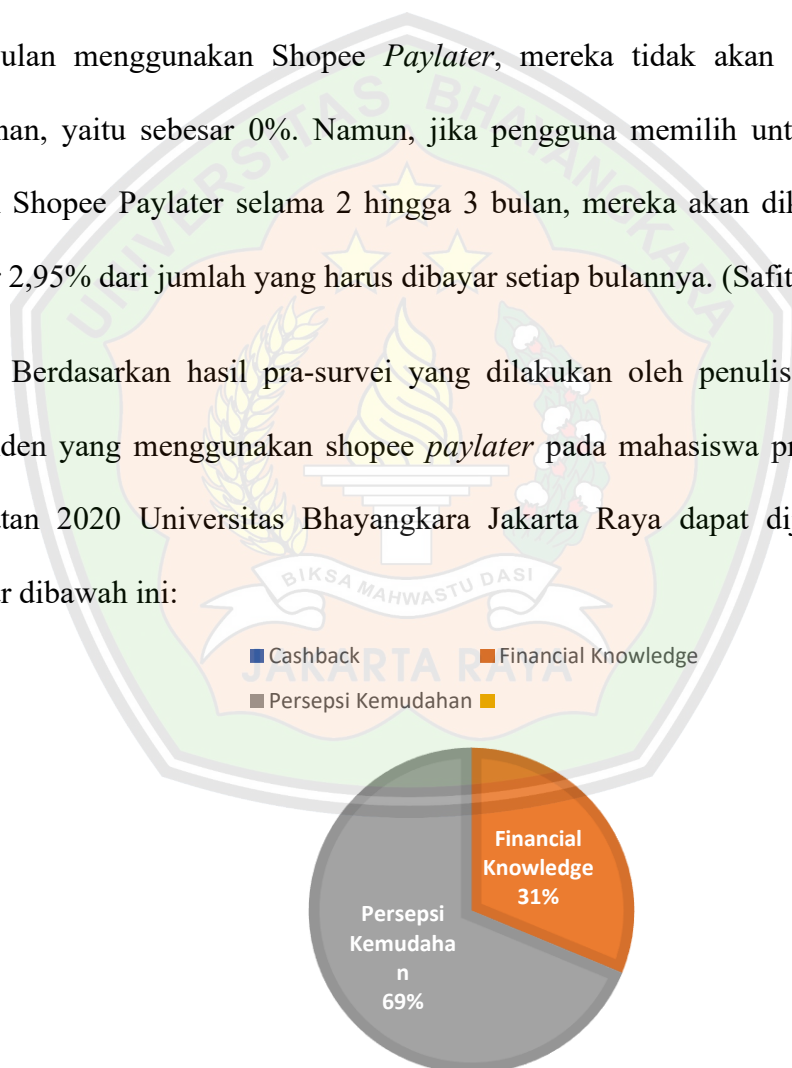
Sumber : Dailysocial, (2021, data diolah)

Berdasarkan grafik diatas, menunjukkan data pembayaran menggunakan *paylater* pada tahun 2021 terdapat delapan *e-commerce* penyedia layanan *paylater* atau fitur bayar nanti makin diminati masyarakat semenjak pandemic covid-19, dari hasil survei Dairysocial 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)

Menurut (Fajrussalam et al., 2023) Jumlah pengguna Shopee Paylater mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan jumlah pinjaman yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang peminjam pada tahun 2020. Berdasarkan

akumulasi sana pinjaman Shopee Paylater mengeluarkan hampir mencapai Rp. 1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan mencapai 95% (Fajrussalam et al., 2023). Penting untuk pengguna Shopee mengetahui bahwa ada biaya tambahan yang berlaku, besaran biaya ini bervariasi antara 0% hingga 2,95% setiap bulannya. Ketentuan mengenai besaran biaya ini telah ditentukan oleh platform belanja online Shopee. Jika pengguna memilih metode pembayaran cicilan selama 30 hari atau satu bulan menggunakan Shopee *Paylater*, mereka tidak akan dikenai biaya tambahan, yaitu sebesar 0%. Namun, jika pengguna memilih untuk membayar cicilan Shopee Paylater selama 2 hingga 3 bulan, mereka akan dikenakan biaya sekitar 2,95% dari jumlah yang harus dibayar setiap bulannya. (Safitri, 2022)

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan oleh penulis sebanyak 30 responden yang menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa prodi akuntansi Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.2 Persentase Alasan Keputusan Penggunaan Shopee *PayLater*

Sumber : Data diolah Prasurevei Peneliti

Berdasarkan gambar 1.2 bahwa alasan keputusan pengguna shopee *paylater* pada mahasiswa prodi akuntansi Angkatan 2020 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya adalah yaitu sebanyak 69% konsumen menggunakan layanan ini karena mudah untuk digunakan dan dijangkau dimanapun dan kapanpun hanya menggunakan ponsel dan internet saja. 31% karena telah mengetahui pengetahuan keuangan, jadi konsumen bisa mengambil keputusan lebih baik untuk dirinya sendiri. berdasarkan pra survei yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai keputusan penggunaan shopee *paylater* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Angkatan 2020 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Karena hal-hal yang menarik perhatian seperti *financial knowledge* dan persepsi kemudahan dari orang sekitar dan masih banyak lagi.

Salah satu elemen yang mungkin memiliki peran yang sangat signifikan adalah "pengetahuan keuangan." Ini merujuk pada pemahaman dan kecerdasan dalam mengelola aset keuangan pribadi, yang menjadi suatu kebutuhan esensial bagi individu modern. Pemahaman mengenai keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi memiliki relevansi yang besar dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman keuangan, atau yang disebut sebagai "financial knowledge," merupakan hal yang krusial bagi setiap individu agar dapat menghindari masalah keuangan yang sering kali melibatkan pengorbanan dalam situasi trade off. Trade off di sini merujuk pada keputusan sulit di mana seseorang harus mengorbankan satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya literasi keuangan menjadi suatu keharusan, mencakup pemahaman tentang keuangan, wawasan terhadap produk-produk keuangan,

konsep keterampilan dalam mengelola keuangan, dan pengetahuan tentang lembaga keuangan. (Alawi et al., 2020)

Faktor lain yang turut berperan adalah "persepsi kemudahan." Persepsi kemudahan merujuk pada pandangan seseorang terhadap sejauh mana penggunaan suatu sistem dapat dilakukan tanpa usaha yang berlebihan. Kemudahan menjadi dorongan yang diinginkan oleh setiap individu, dan sebagai respons terhadap hal ini, penyedia layanan berupaya memberikan pengalaman yang mudah bagi pelanggannya. Salah satu contoh konkret adalah kemudahan dalam memahami penggunaan teknologi. Sebuah teknologi yang sulit dipelajari tidak akan menarik banyak minat, dan hal ini dapat menciptakan sikap negatif di kalangan calon konsumen. Oleh karena itu, penyedia layanan cenderung memperkenalkan teknologi yang inovatif dan unik, namun tetap sederhana dalam penggunaannya, sehingga tidak memberikan kesulitan berlebihan bagi para pengguna. (I'tishom et al., 2020)

Penelitian ini akan mengkaji pengaruh antara *financial knowledge* dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui minat pengguna Shopee Pay Later. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif berharga bagi pengembang platform *e-commerce*, peneliti pasar, serta praktisi dan akademisi di bidang keuangan dan perilaku konsumen.

Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ingatan seseorang pada suatu topik dalam jangka waktu yang lama, dengan hasil akhirnya berupa rasa senang dan puas setelah mencapai tujuan

seseorang (Suartana, 2019). Salah satu penanda yang dapat digunakan untuk mengukur ketertarikan adalah pengalaman keinginan, penggunaan kompulsif, dan penggunaan yang berkelanjutan. Selain itu, studi ini juga relevan untuk menggambarkan bagaimana evolusi dalam industri *e-commerce* dan adopsi layanan keuangan digital telah mengubah cara orang-orang di wilayah Bekasi dan area lainnya berinteraksi dengan teknologi serta melakukan pembelian online. (Putri et al., 2022)

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Financial Knowledge* dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Minat Pengguna Shopee *PayLater* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020 Ubhara Jaya**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi latar belakang sebelumnya, penelitian ini dapat mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial knowledge* berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee *Pay Later*?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee *Pay Later*?
3. Apakah *financial Knowledge* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee *Pay Later*?

4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Shopee Pay Later*?
5. Apakah minat pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Shopee Pay Later*?
6. Apakah *Financial knowledge* mempengaruhi keputusan penggunaan *Shopee Pay Later* dengan minat pengguna sebagai variabel intervening?
7. Apakah persepsi kemudahan mempengaruhi keputusan penggunaan *Shopee Pay Later* dengan minat pengguna sebagai variabel intervening?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan konteks yang diberikan diatas. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap minat pengguna *Shopee PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pengguna *Shopee PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap keputusan penggunaan *Shopee PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.
5. Untuk mengetahui pengaruh minat pengguna terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.
6. Untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge* terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* dengan minat pengguna sebagai variabel intervening di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* dengan minat pengguna sebagai variabel intervening di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian oleh penulis, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan seperti Shopee atau *e-commerce* serupa dalam pengembangan strategi promosi, penetapan pengetahuan keuangan, dan penawaran *cashback* yang lebih efektif untuk menarik pengguna.

2. Bagi Penelitian

Studi ini dapat membantu dalam pengembangan program pendidikan keuangan yang lebih baik, terutama untuk dan sekitarnya, untuk memahami lebih baik tentang implikasi penggunaan layanan pembayaran nanti. Penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik dalam bidang perilaku konsumen, keuangan, dan *e-commerce* dengan menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan pembayaran nanti dalam konteks spesifik mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.

3. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat berperan penting dalam meningkatkan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan pembayaran di masa mendatang, seperti peran *cashback*, pengetahuan keuangan, dan persepsi kemudahan dalam pengambilan keputusan konsumen. Ini dapat berkontribusi dalam pengembangan teori yang lebih baik dalam konteks tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Agar 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 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Angkatan 2020 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

2. Permasalahan yang dibahas hanya pengaruh *financial knowledge* dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui minat pengguna layanan Shopee *PayLater*.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Berikut sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini, meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori dalam penelitian skripsi yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian, meliputi landasan teori, penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup elemen-elemen seperti rencana penelitian, Langkah-langkah penelitian, definisi operasional variabel, lokasi dan jadwal penelitian, metode pemilihan sampel, dan metode analisis data. Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, saran, keterbatasan penelitian dan implikasi majerial.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan implikasi majerial.

