

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya ilmu pengetahuan saat ini tidak terlepas juga dengan berkembangnya teknologi informasi. Teknologi informasi kini menjadi aspek yang diperlukan dalam kehidupan manusia dimana dengan adanya teknologi informasi maka akan memudahkan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang baik kegiatan dalam bidang pendidikan, bidang politik, bidang kesehatan, khususnya juga pada bidang ekonomi. Dimana teknologi informasi juga memberikan perubahan dalam sistem layanan keuangan atau disebut juga dengan *fintech*.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Fintech* merupakan sebuah inovasi pada penyedia jasa keuangan dengan memanfaatkan teknologi, yang dapat mempermudah masyarakat dalam kegiatan keuang (Kompas, 2021). Perkembangan *fintech* itu sendiri di Indonesia diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan *Financial Technology*. Ada berbagai jenis layanan *fintech* yang disediakan untuk membantu kegiatan yang dilakukan agar menjadi lebih mudah, efektif dan efisien, yaitu: *mobile payments, digital banking, lending* atau pinjaman, *online digital insurance, star up* pembayaran, dan lain sebagainya.

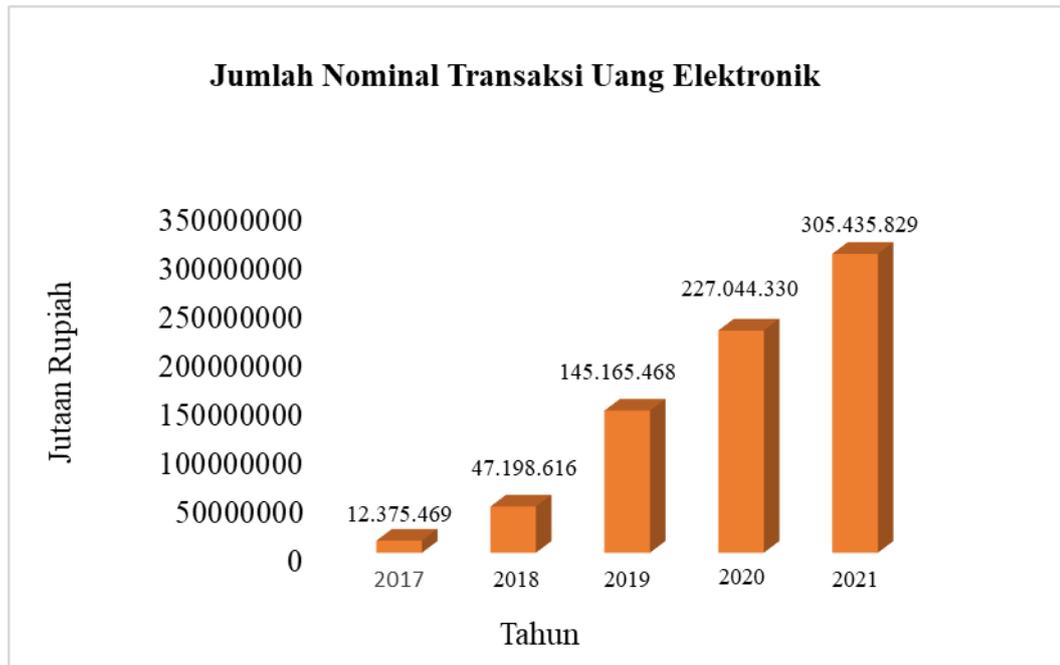
Sistem pembayaran menjadi salah satu teknologi yang berkembang sekarang ini. Dimana dalam UU N0. 23 Pasal 1 Ayat (1) Tahun 1999 Tentang

Bank Indonesia, sistem pembayaran merupakan sebuah skema yang meliputi seperangkat aturan, lembaga, dan prosedur yang digunakan untuk melangsungkan pemindahan dana guna mencukupi kewajiban yang timbul dari suatu aktivitas ekonomi. Berkembangnya sistem pembayaran saat ini didorong oleh beberapa faktor diantaranya adalah semakin tingginya volume transaksi sampai dengan lengkapnya transaksi, perkembangan teknologi, dan peningkatan risiko. Evolusi sistem pembayaran di Indonesia dibagi menjadi dua yaitu pembayaran tunai dan non tunai. Sistem pembayaran non tunai menjadi sistem pembayaran yang paling berkembang dari yang berbasis warkat seperti giro, bilyet, cek, dan sebagainya hingga sekarang ini menjadi berbasis elektronik seperti *card* dan *electronic money* (Indonesia Bank, 2020).

Kehadiran uang elektronik sebagai alat pembayaran saat ini, tentunya memberikan manfaat yang serba mudah dan praktis bagi penggunaannya. Sehingga dengan mudahnya keberadaan uang elektronik diterima oleh kalangan masyarakat. Searah dengan Bank Indonesia yang telah menciptakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Dimana GNNT merupakan gerakan nasional yang mendorong masyarakat untuk menggunakan sistem pembayaran dan instrumen pembayaran non tunai dalam melangsungkan proses transaksi.

Menurut data yang diterbitkan oleh Bank Indonesia jumlah nominal transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun hingga pada akhir tahun 2021, dimana transaksi yang dilakukan dengan uang elektronik terus mengalami peningkatan sebesar 305 triliun rupiah. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 1.1 berikut:

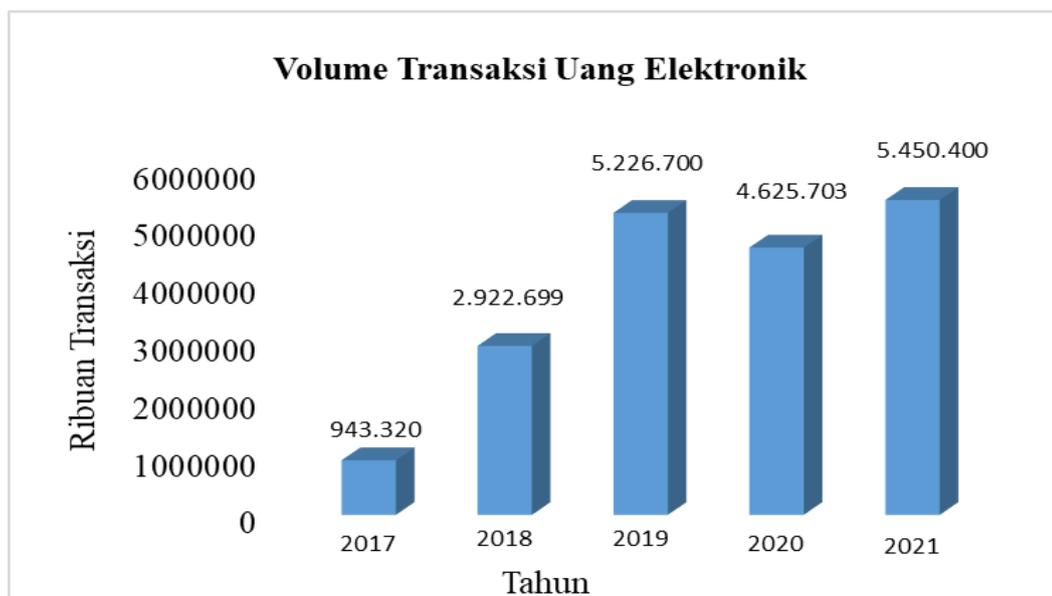
Tabel 1.1
Jumlah Nominal Transaksi



Sumber Data: Bank Indonesia, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nominal transaksi uang elektronik terus mengalami pertumbuhan sejak 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 jumlah nominal transaksi mencapai 12 triliun rupiah, pada tahun 2018 jumlah nominal transaksi mencapai 47 triliun rupiah, dan pada tahun 2019 jumlah nominal transaksi telah mencapai 145 triliun rupiah. Jumlah nominal transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2020 sampai tahun 2021 yakni sebesar 227 triliun rupiah dan 305 triliun rupiah. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hingga tahun 2021 masyarakat sudah banyak menggunakan uang elektronik. Bank Indonesia juga mengeluarkan data lain yang dapat membuktikan meningkatnya pengguna uang elektronik di Indonesia. Data tersebut yakni data volume pengguna transaksi uang elektronik. Adapun data volume transaksi uang elektronik dapat dilihat dari tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 1.2
Volume Transaksi Uang Elektronik



Sumber Data: Bank Indonesia, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa volume transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan dari 5 tahun terakhir. Volume transaksi pada tahun 2017 sebesar 943 juta transaksi, selanjutnya pada tahun 2018 volume transaksi mencapai 2,9 triliun transaksi, dan tahun 2019 mencapai 5,2 triliun transaksi. Berbeda dari tahun-tahun sebelumnya volume transaksi tahun 2020 mengalami sedikit penurunan yakni sebesar 4,6 triliun transaksi, serta untuk tahun 2021 volume transaksi uang elektronik kembali mengalami peningkatan sebesar 5,4 triliun transaksi. Maka, dari data tersebut dapat dibuktikan bahwa penggunaan uang elektronik terus mengalami peningkatan.

Dalam perkembangannya *electronic money* terus mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, yang mana berbagai *electronic money* sudah berkembang di Indonesia diantaranya Gopay, Ovo, Shopeepay, DANA, dan sebagainya. Selain sistem pembayaran yang dilakukan dengan aplikasi tersebut perusahaan *fintech* lainnya juga melakukan berbagai inovasi dalam menyediakan layanan pada

penggunanya salah satunya yakni kehadiran fitur *paylater*. *Paylater* merupakan layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen mendapatkan produk yang dibeli terlebih dahulu dan melakukan pembayarannya di kemudian hari baik dengan sekali bayar maupun mencicil atau dengan kata lain *paylater* juga disebut dengan kredit *online*. Dengan fitur *paylater* pengguna dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan konsumtifnya. Selain itu pengajuan kredit dengan fitur *paylater* terasa lebih mudah, yakni hanya membutuhkan foto KTP saja, fitur *paylater* juga menawarkan angsuran dan suku bunga yang terjangkau. Sehingga dari keunggulan tersebut menyebabkan fitur *paylater* banyak diminati oleh masyarakat.

Menurut hasil survei dari *Research Institute of Socio Economic Development* (RISED) pengguna *paylater* terus mengalami peningkatan di masa pandemi yakni sebesar 22,52% bagi pengguna yang tergolong sangat sering, dan 7,2% bagi pengguna yang tergolong sering menggunakan fitur *paylater* (Padmasari & Cynthia, 2020). Meningkatnya pengguna *paylater* disebabkan oleh tren pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, dimana pada tahun 2019 nilai kapitalisasi dagang *online* mencapai 294 triliun rupiah. Selain itu, rendahnya kepemilikan kartu kredit juga menjadi salah satu faktor meningkatnya pengguna *paylater*, adanya fitur *paylater* juga dirasa dapat membantu para penggunanya khususnya di masa pandemi seperti sekarang ini, dimana para pengguna fitur tersebut merasa lebih leluasa mengatur budgeting, dan merencanakan keuangan jangka panjang, termasuk juga menabung. Berikut ini beberapa produk *paylater* yang berkembang di Indonesia khususnya fitur *paylater* yang ada di *e-commerce*.

Tabel 1.3
Produk *Paylater* yang Tersedia di Layanan E-commerce

<i>Paylater</i>	<i>Platform E-Commerce</i>	Rentan Kredit	Bunga
Kredivo	Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli, dll	1.000.000 - 30.000.000	2,6%
Spaylater	Shopee	750.000 - 1.800.000	2,95%
Home Credit	Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Bhinneka	1.000.000 - 8.000.000	2% - 3%
Indodana	Blibli, Elevenia	1.000.000 - 25.000.000	2% - 4%

Sumber Data: dailysocial.id, 2021

Tabel diatas menunjukkan beberapa produk *paylater* yang ada pada *platform e-commerce* yang tentunya telah terdaftar di OJK, juga terdapat rentan kredit yang diberikan mulai dari 750 ribu rupiah hingga 30 juta rupiah, serta besar bunga pinjaman dari masing-masing *platform paylater* mulai dari 2% hingga 4%.

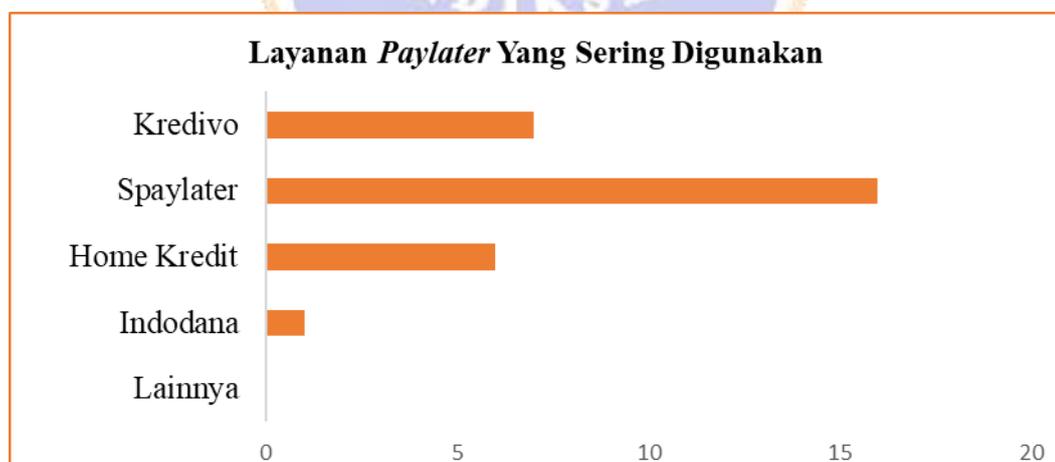
Munculnya inovasi baru dari *fintech* tentunya dapat digunakan sebagai alternatif dalam pemenuhan kebutuhan di masa pandemi. Dimana semenjak adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang disebabkan adanya virus corona, kebutuhan masyarakat akan adanya pembaharuan digital dirasa sangat diperlukan guna menunjang kegiatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Adanya pandemi covid-19 telah memberikan dampak bagi seluruh masyarakat tak terkecuali para anak muda khususnya generasi Z. Namun generasi ini dipercaya dapat memberikan respon yang cepat terhadap inovasi teknologi. Rentan tahun lahir dari generasi Z adalah 1995-2010. Generasi Z juga menganggap bahwa teknologi dan informasi sudah menjadi bagian dari hidupnya hal tersebut karena generasi Z lahir ditengah akses informasi khususnya internet yang sudah menjadi budaya global. Selain itu, dalam melangsungkan kegiatannya generasi ini juga cenderung tergantung dalam menggunakan *smartphone*.

Sehingga dengan mudah keberadaan fitur *paylater* di tengah masyarakat, khususnya generasi Z dapat berkembang dengan pesat.

Berdasarkan Survei Perilaku Keuangan Generasi Z yang diselenggarakan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) pada tahun 2021 yang melibatkan 5.204 responden berusia lebih dari 15 tahun dan mengakses internet. Dimana hasil survei menunjukkan untuk belanja cicilan para anak muda cenderung memilih menggunakan *paylater* dan kartu kredit. Dengan masing- masing persentase sebesar 13,8% dan 7,6 % responden (Fiki, 2022). Dalam survei yang dilakukan KIC juga, memberikan hasil bahwa generasi Z menggunakan *paylater* guna memenuhi kebutuhannya seperti misalnya untuk membeli pakaian, pulsa, kosmetik, hingga barang elektronik.

Selain riset yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) peneliti juga telah melangsungkan survei awal terkait dengan fitur *paylater* yang sering digunakan oleh generasi Z khususnya mahasiswa. Berikut adalah tabel hasil survei awal yang telah dilakukan.

Tabel 1.4
Hasil Survei Awal Fitur *Paylater* Yang Sering Digunakan



Sumber: Data Diolah (2021)

Dari hasil survei awal yang dilakukan kepada 30 orang, dapat dilihat bahwa *paylater* yang sering digunakan generasi z khususnya mahasiswa adalah fitur *paylater* yang diterbitkan oleh aplikasi Shopee yakni, Spaylater dengan jumlah pengguna sebanyak 16 orang. Selanjutnya urutan kedua adalah Kredivo dengan jumlah pengguna mencapai 7 orang. Untuk Home Credit mencapai 6 orang pengguna. Serta untuk fitur Indodana 1 orang pengguna dan fitur *paylater* lainnya belum ada yang menggunakan.

Selain itu, dari survei tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan fitur *paylater*, hal tersebut karena beberapa mahasiswa belum memiliki penghasilan. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan kuliah yang sifatnya mendesak seperti halnya membeli buku, keperluan praktikum, pembelian pulsa atau kuota, laptop, *smartphone* dan lain-lain mereka akan menggunakan *paylater* sebagai alternatifnya. Serta adanya gaya hidup yang cenderung mengikuti trend *fashion* dari orang lain juga membujuk mereka untuk menggunakan fitur tersebut. Sehingga dengan mudah para pelajar atau mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan mereka tanpa harus membebankan orang tua, dengan cara menyisihkan uang saku yang diperoleh.

Namun ditengah antusiasme masyarakat dalam menggunakan fitur *paylater*, tidak jarang ada berita negatif mengenai layanan pembayaran tersebut misalnya seperti, penyalahgunaan data nasabah, pencurian akun, kesalahan sistem dan pelayanan, penguncian akun secara sepihak, penipuan serta penagihan yang tidak sesuai. Hal tersebut tentunya didominasi oleh layanan pinjaman *online* yang tidak terdaftar di OJK dengan kata lain layanan tersebut belum legal untuk digunakan. Maka dari itu, masyarakat diminta untuk bijak dalam mengambil keputusan

menggunakan produk *paylater* agar nantinya dapat meminimalisir sesuatu yang tidak diinginkan.

Dalam pengambilan keputusan ada berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan fitur tersebut. Oleh karena itu, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna *paylater* maka digunakan Teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Davis 1989 TAM merupakan salah satu teori yang digunakan untuk mengamati atau menjelaskan keberterimaan seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi. Sejalan dengan penelitian Utami yang mengungkapkan bahwa TAM adalah sebuah model penelitian yang digunakan untuk menganalisis keberterimaan suatu teknologi (Utami, 2017). Dalam model TAM dijelaskan ada beberapa konstruk yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi salah satu konstruk tersebut adalah persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan.

Persepsi kemudahan diartikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi yang dirasa mudah untuk dipelajari, digunakan, dan tidak memerlukan usaha yang sulit untuk menggunakan teknologi tersebut (Jogiyanto, 2007). Sehingga apabila semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan kepercayaan seseorang untuk menggunakannya. Beberapa penelitian seperti (Putra, 2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan pinjaman *online*. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marranitha & Ida, 2020) dan (Dwiyanti, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Andista & Riauli, 2021), (Utami, 2020), (Putri & Sri, 2020) juga sependapat

dengan penelitian sebelumnya dimana persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pinjaman online melalui *peer to peer* lending. Sedangkan (Asja et al., 2021), (Rosiwan & Lasmanah, 2022), sepakat menyatakan sebaliknya, yaitu persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman online.

Kemudian persepsi kepercayaan merupakan sebuah penilaian individu terhadap teknologi yang digunakan apakah memberikan keamanan dan kenyamanan. Dimana dalam hal ini persepsi kepercayaan digunakan untuk menganalisis bagaimana perasaan calon pengguna untuk bisa yakin dengan teknologi tersebut. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Canestren & Marheni, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah & Melati, 2020), (Setyawati, 2022), serta (Fadzar et al., 2020) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan pinjaman online. Sedangkan menurut (Akbar, 2020) dan (Pinto, 2022) menyatakan bahwa variabel persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman atau kredit online.

Selain faktor yang telah dijelaskan sebelumnya, minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi juga dipengaruhi oleh faktor perilaku pengguna yang dijelaskan oleh teori UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2*). Teori ini menjelaskan ada beberapa konstruk yang dapat mempengaruhi minat atau keberterimaan individu terhadap suatu teknologi salah satu konstruk yang ada pada teori ini adalah pengaruh sosial dan gaya hidup.

Pengaruh sosial adalah keinginan dalam menggunakan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh orang lain maupun kelompok sosial yang mempengaruhi sikap dan kepercayaan individu tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Amelia, 2021) menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pengguna pinjaman *online*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mooduto & Iis, 2020) dan (Dewi, 2020). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Kirana, 2021) juga menyatakan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan fitur *paylater*. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Hasibuan, 2021) dan (Hendratmoko, 2019) menyatakan sebaliknya yang mana pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *peer to peer lending*.

Selanjutnya gaya hidup merupakan sebuah pola atau keadaan seseorang yang direpresentasikan melalui kegiatan minat dan pendapatannya. Sehingga gaya hidup dapat dikatakan sebagai penilaian terhadap seseorang dalam menghabiskan waktunya, merespon apa yang ada disekitarnya, dan apa yang mereka percaya dalam kehidupan sehari-harinya (Sathish, S., 2012). Serta salah satu penelitian menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pinjaman *online* yakni penelitian yang dilakukan oleh (Akbar, 2020). Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amelia, 2021) dan (Anggraini & Iman, 2016). Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan (Ulya, 2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat seseorang.

Dari pemaparan latar belakang dan fenomena di atas peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat pengguna fitur *paylater*.

Minat penggunaan *paylater* sebagai variabel terikat dikarenakan pengguna *paylater* yang digunakan sebagai alternatif pembayaran terus mengalami peningkatan tiap periodenya. Layanan *paylater* dapat lebih unggul di era pandemi hal tersebut dikarenakan sistem tersebut memiliki nilai atau kelebihan tersendiri seperti halnya mudah untuk digunakan, proses yang cepat, serta dapat membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kemudian dari beberapa pencarian untuk penelitian terdahulu, terlihat bahwa penelitian tentang *paylater* ini masih jarang dilakukan. Dalam penelitian ini akan berpedoman pada dua teori yakni teori TAM dan teori UTAUT 2 untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fitur *paylater*.

Selain itu, hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yang diperoleh dari beberapa variabel dari penelitian sebelumnya. Yang mana variabel-variabel tersebut adalah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial dan gaya hidup. Selanjutnya penelitian ini akan dilakukan pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi di perguruan tinggi wilayah Singaraja yaitu di Universitas Pendidikan Ganesha, Universitas Panji Sakti, dan STIE Satya Dharma. Hal tersebut karena mahasiswa merupakan generasi Z yang tentunya mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Serta sesuai dengan perluasan populasi dan sampel dari saran penelitian sebelumnya. Selain itu, sebagai mahasiswa yang mempelajari ilmu ekonomi tentunya juga hal tersebut dapat menuntun mereka dalam memperhitungkan segala aspek untuk mengambil keputusan dalam menggunakan fitur *paylater* sebagai sarana dalam bertransaksi. Pemilihan subjek penelitian juga karena mahasiswa yang mempelajari ilmu

ekonomi cenderung lebih bisa memanajemen keuangannya, serta dapat dikatakan mahasiswa dari fakultas ekonomi memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang lainnya.

Berdasarkan fenomena, *research gap*, dan isu diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, pengaruh sosial, dan gaya hidup terhadap minat penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi di Perguruan Tinggi wilayah Singaraja dengan mengangkat judul “ **Minat Penggunaan Fitur *Paylater* Dengan Pendekatan Teori TAM dan UTAUT 2 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Perguruan Tinggi Wilayah Singaraja)**”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan Teknologi Informasi menuntut *Fintech* untuk menunjang seluruh kegiatan transaksi keuangan termasuk menciptakan inovasi baru berupa fitur *paylater*.
2. Terjadinya peningkatan penggunaan *paylater* pada pandemi Covid-19 sebesar 22,52% bagi pengguna yang tergolong sangat sering, dan 7,2% bagi pengguna yang tergolong sering menggunakan.
3. Pemenuhan kebutuhan sehari-hari, dan penunjang kebutuhan dalam proses pembelajaran memunculkan peluang untuk menggunakan fitur *paylater* oleh mahasiswa.
4. Masih ditemukannya kasus penyalahgunaan layanan *paylate* oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

5. Keputusan dalam menggunakan fitur *paylater* dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan sebagai faktor internal, serta pengaruh sosial, dan gaya hidup sebagai faktor eksternal.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari pemaparan identifikasi masalah diatas dan untuk memfokuskan penelitian maka penulis melakukan pembatasan masalah tentang faktor-faktor yang akan digunakan sebagai variabel penelitian yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Pengaruh Sosial, dan Gaya Hidup terhadap minat penggunaan *paylater*.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dirumuskan berdasarkan latar belakang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan fitur *paylater*?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan fitur *paylater*?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan fitur *paylater*?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat penggunaan fitur *paylater*?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan fitur *paylater*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan fitur *paylater*.
3. Untuk menganalisis hubungan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fitur *paylater*.
4. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan fitur *paylater*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diperuntukkan dalam menambah wawasan terkait *fintech* terutama *lending* atau pinjaman melalui fitur *paylater*, khususnya berkaitan dengan model transaksi menggunakan *paylater* dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternalnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil riset ini diharapkan oleh penulis dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pemahaman yang luas terkait dengan objek yang diteliti. Serta dapat dijadikan kesempatan oleh penulis untuk menerapkan ilmu yang didapat pada masa perkuliahan.

- b. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi kepada Universitas dan diharapkan bisa dijadikan referensi tambahan yang nantinya dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman maupun edukasi terkait penggunaan fitur payl.

