

# BAB I

## PENDAHULUAN

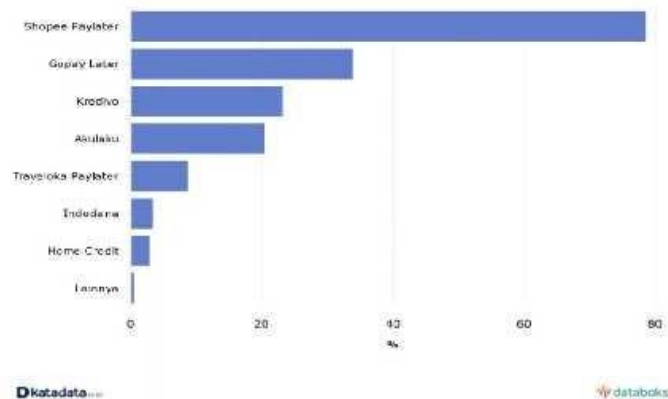
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Segala sesuatu dirasa semakin mudah dengan adanya perkembangan teknologi. Pada era digital seperti saat ini bermunculan beragam sistem pembayaran atau produk jasa keuangan yang bisa dikatakan memudahkan masyarakat berbelanja. Kini sistem pembayaran tak lagi hanya bergantung pada kartu kredit perbankan meskipun eksistensinya masih ada. Apalagi dengan adanya financial technology yang sudah marak disekitar. Financial Technology atau biasa disebut dengan fintech menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Fintech juga dapat didefinisikan sebagai gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang *cash*, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan menit ataupun detik (Hamdani, 2019). Pertama kali penyedia layanan fintech di dunia adalah Zopa pada tahun 2005, yang bertempat di benua Eropa, tepatnya di Inggris (Nirmalapurie, 2020). Zopa menyediakan layanan transaksi digital dalam bentuk Peer-to-Peer Lending.

Fintech hadir di Indonesia pertama kali pada tahun 2015, dan pada tahun tersebut juga terbentuknya Asosiasi Fintech Indonesia (AFI), yang bertujuan untuk mendorong inklusi keuangan melalui platform digital, dengan

tujuan mampu bersaing dengan negara-negara lain yang sudah lebih dulu unggul dalam hal layanan keuangan digital (Rahayu 2019). Fintech yang pertama kali hadir di Indonesia yaitu Koinworks, yang merupakan perusahaan fintech berbasis Peer-to- peer lending. Setelah itu, fintech sudah mulai banyak dibuat dalam perindustrian ekonomi Indonesia. Hingga saat ini, lebih dari 146 fintech telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Hal ini berarti Indonesia turut serta dalam pemanfaatan perkembangan teknologi, terutama dalam bidang keuangan sehingga menyediakan layanan fintech untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.

Sampai munculnya produk pembayaran masa kini, yaitu fitur *paylater* yang dipionirkan oleh Gojek dan Traveloka pada awalnya di tahun 2018 (Farras, 2019). Kemudian Ovo dan Shopee yang menyediakan fitur *paylater* pada tahun 2019 (Nabila, 2019). *Paylater* adalah fasilitas keuangan yang disediakan oleh beberapa perusahaan e-commerce yang sekilas mirip dengan sistem kredit pada perbankan (Ismail, 2021). Layanan yang disediakan oleh *paylater* adalah fitur pembayaran yang dilakukan setelah pembelian, atau dikenal dengan istilah “*Buy Now Pay Later*” (Ramadani, 2018). Metode pembayarannya bisa dicicil dengan tenor tertentu tanpa menggunakan kartu kredit, dengan tujuan memudahkan penggunaannya dalam memenuhi setiap keperluan hidupnya (Novendra, 2020) Hal ini berarti *paylater* memiliki keunggulan memberikan kemudahan kepada para pengguna, karena hanya memerlukan gawai dan internet yang sudah dimiliki dalam pengguna, dan tidak memerlukan kartu untuk bertransaksi.



**Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Uang Elektronik**

Sumber : Databoks, 2022

Adanya fitur *PayLater* membuat sistem transaksi online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan *PayLater* sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya e-commerce, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh sebab itu, saat ini ada beberapa perusahaan e-commerce di Indonesia yang menyediakan layanan *PayLater* untuk pengajuan cicilan. Salah satu di antaranya adalah aplikasi Shopee. Sumber: DailySocial, 2021

Fitur bayar nanti atau *paylater* makin diminati konsumen semenjak pandemi Covid-19. Dari hasil survei (DailySocial, 2021), konsumen paling banyak menggunakan layanan *Shopee Paylater* sepanjang 2021. Persentasenya mencapai 78,4%.Kemudian, *Gopay Later* berada di

urutan kedua sebagai fitur bayar nanti paling banyak diminati masyarakat. Sebanyak 33,8% responden mengaku menggunakan fitur paylater di layanan milik Gojek ini. Berikutnya, sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur paylater di Kredivo. Selanjutnya, ada 20,4% responden yang menggunakan fitur paylater di layanan Akulaku. Ada pula 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka PayLater. Lalu, sebanyak masing-masing 3,3% dan 2,8% konsumen menggunakan fitur paylater di Indodana dan Home Credit. Sisanya, 0,4% konsumen yang menggunakan fitur paylater di layanan lainnya. Adapun survei DailySocial Fintech Report 2021 melibatkan 1.500 responden. Produk e-money atau dompet digital menjadi produk teknologi keuangan yang paling banyak dipakai di Indonesia, yaitu dipakai oleh 53,7% responden.

*Shopee PayLater* menerapkan sistem peer-to-peer lending yang merupakan platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dan peminjam melalui internet. Peer-to-peer lending menyediakan mekanisme kredit dan manajemen risiko. Platform ini membantu pemberi pinjaman dan peminjam memenuhi kebutuhan masing-masing dan menghasilkan penggunaan uang secara efi (Ansori, 2019). *Shopee PayLater* sebagai layanan yang berada di bawah platform PT. Lentera Dana Nusantara sekaligus terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ini, menawarkan keuntungan dalam bentuk pinjaman dana instan dengan bunga yang sangat minim. Pinjaman yang telah diberikan hanya bisa digunakan untuk pembelian produk yang tersedia di Shopee dengan

jangka waktu cicilan mulai dari 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan hingga 6 bulan. Untuk cicilan 1 bulan *Shopee PayLater* menetapkan bunga sebesar 0%, sedangkan untuk biaya transaksi cicilan 2 dan 3 bulan dikenakan biaya 2,95%.

Sama seperti sistem kredit pada umumnya, semakin lama jangka waktu cicilan yang dipilih maka semakin besar bunga yang harus dibayarkan. Saat ini limit kredit yang tersedia mulai dari Rp 750.000 – Rp 1.800.000. Namun dikarenakan adanya pandemi Covid-19 ini, Shopee telah melakukan penyesuaian limit terhadap kebijakan penggunaan *Shopee PayLater*. Penyesuaian ini dilakukan untuk memastikan *Shopee PayLater* dapat tetap digunakan oleh seluruh pengguna di tengah situasi Covid-19 dalam bertransaksi di Shopee untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah limit yang telah disesuaikan mulai dari Rp 460.000. Konsumen juga dapat mengajukan penambahan limit sebanyak satu kali. Setelah melakukan pembayaran dengan *Shopee PayLater* maka rincian tagihan akan muncul setiap tanggal 25 dan perlu dibayar paling lambat tanggal 5 bulan berikutnya, misalnya transaksi yang dibuat antara tanggal 25 Maret – 24 April maka akan tercermin pada tagihan tanggal 25 April dan perlu dibayar paling lambat tanggal 5 Mei. Konsumen *Shopee PayLater* juga dapat melakukan pembayaran sebelum munculnya rincian tagihan hanya jika pesanan sudah dalam status selesai. Minat dalam menggunakan layanan *paylater* sangat penting, sehingga pihak manajer pemasaran pada perusahaan tersebut perlu memahami faktor – faktor yang bisa mempengaruhi minat pengguna. Faktor - faktor yang mempengaruhi



perilaku minat seperti persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, resiko, dan lainnya.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat pembelian menggunakan fitur *Shopee* yakni manfaat. Keberadaan *Shopee PayLater* bisa dijadikan sebagai salah satu pilihan yang cukup praktis mengingat pengguna tidak perlu lagi mendapatkan kode bayar maupun nomor rekening untuk menyelesaikan transaksi. Dengan adanya fitur cicilan, metode pembayaran ini juga dapat dimanfaatkan dan dijadikan sebagai solusi praktis bagi masyarakat untuk membeli barang dan jasa tanpa harus menyediakan dana tunai terlebih dahulu.

Faktor kedua yakni kemudahan. Menurut (Trisnawati, 2012) kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan fitur *Shopee PayLater* ketika konsumen merasa berbelanja melalui web media online sangat mudah maka konsumen cenderung akan meningkatkan belanjanya dan cenderung akan selalu mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan. Karena dengan adanya teknologi ini, pembelian dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus ada pertemuan antara penjual dan pembeli. Selain syarat yang mudah dan proses yang cepat, salah satu aspek yang menjadi daya tarik fitur *PayLater* ini adalah mampu memberikan pinjaman kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank (*unbanked*), sehingga membuka kesempatan bagi berbagai jenis kalangan masyarakat dalam menggunakan fitur *PayLater* ini, daya tarik inilah yang kemudian menjadikan *PayLater* menjadi salah satu inovasi yang diminati pengguna saat ini.

Faktor yang mempengaruhi minat pembelian menggunakan fitur *Shopee PayLater* yang ketiga adalah kepercayaan. Menurut Supriyono (2010:75) kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang wajib ada pada diri konsumen sebelum melakukan dan memutuskan untuk bertransaksi dalam media online. Kepercayaan ini sangat dibutuhkan karena jika seseorang belum mempercayai fitur tersebut, maka dapat dipastikan seseorang tidak akan melakukan pembelian menggunakan aplikasi tersebut.

Faktor yang mempengaruhi minat pembelian menggunakan fitur *Shopee PayLater* berikutnya ialah persepsi resiko. Menurut Suryani (2013) Persepsi resiko merupakan sebuah kekhawatiran individu yang tidak dapat diprediksi diawal dan bisa terjadi pada setiap konsumen sebelum melakukan pembelian. Hal tersebut menjadi suatu tanggapan konsumen terkait keyakinan apa yang akan dibeli beresiko atau tidak.

Minat keperilakuan pada penelitian ini adalah minat dalam menggunakan sistem layanan *Shopee PayLater*. Minat ini merupakan perasaan dimana pengguna aplikasi Shopee akan merasa tertarik pada salah satu fasilitas pembayaran yang disediakan oleh pihak *Shopee* yaitu layanan *Shopee PayLater* dengan tanpa paksaan atau sukarela dan pengguna berpendapat bahwa layanan *Shopee PayLater* akan memberikan manfaat untuk pengguna. Dengan semua manfaat serta kemudahan yang disediakan pihak *Shopee* maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan *Shopee PayLater* saat berbelanja. Kepercayaan merupakan harapan bahwa penjual akan melakukan perilaku tertentu yang berada

diluar kendali konsumen. Dimana jika konsumen ingin membeli produk di aplikasi Shopee konsumen harus mengetahui dan mendapatkan informasi tentang produk yang akan dibeli. Ketika konsumen sudah mendapatkan jawaban dan kepercayaan, maka dapat mempengaruhi minat pembelian secara online di Shopee.

Seiring dengan perkembangan e-commerce, dapat memicu para hacker untuk melakukan kejahatan, seperti membobol akun paylater dan lalu disalahgunakan untuk berbelanja kebutuhan pribadi mereka (A. P. Y. Putri et al., 2020). Selain itu, adanya risiko perilaku konsumtif yang muncul akibat adanya sistem *paylater* (Prastiwi & Fitria, 2021). Dalam hal ini bila terjadi tunggakan pembayaran tagihan *paylater* maka ada risiko yang harus ditanggung seperti akun pengguna *shopee* akan dibekukan, dibebankan denda terakumulasi, proses penagihan dilakukan secara terus - menerus oleh pihak *shopee*, dan resiko penyelesaian masalah melalui jalur hukum (Novendra & Aulianisa, 2020).

Meningkatnya penggunaan *paylater* di Indonesia disebabkan untuk memenuhi kebutuhan, mendapatkan potongan harga dan memanfaatkan tenor cicilan yang singkat namun dengan cara pengajuan yang mudah (Rumayya, 2020). Dengan hadirnya fitur *Shopee PayLater* ini banyak masyarakat yang telah menggunakannya. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi pada tahun 2021 fitur *paylater* lebih banyak di dominasi oleh kalangan mahasiswa untuk membeli sebuah produk seperti pakaian, paket data, pulsa, dan kebutuhan lainnya. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa dengan adanya



fitur *paylater* ini dapat membantu mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 40 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah menggunakan *Shopee* didapatkan hasil untuk metode pembayaran yang sering digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Survei Awal Penggunaan *Shopee PayLater***

Pernah menggunakan <i>Shopee PayLater</i>		Jangka waktu penggunaan <i>Shopee PayLater</i>		Penggunaan <i>Shopee Paylater</i>	
Pernah	25	<1 Bulan	10	Modal Usaha	5
Tidak	15	1-6 Bulan	15	Memenuhi kebutuhan/gaya hidup	20
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Sumber: Survei Awal, 2022

Dari Tabel 1.1 Hasil Survei Awal Pengguna *Shopee PayLater* diatas, jumlah mahasiswa yang sudah pernah menggunakan *Shopee PayLater* memiliki jumlah lebih banyak yaitu 25 mahasiswa, dibandingkan dengan yang belum pernah menggunakannya. Hasil tersebut dapat menggambarkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki minat yang cukup besar terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Budiari sebagai salah satu responden yang memanfaatkan *Shopee PayLater* sebagai fitur pembayaran untuk membeli beberapa produk untuk usahanya, sehingga ia dapat menstock terlebih dahulu barang yang akan dijual. Disisi lain salah satu mahasiswa bernama Rina mengatakan bahwa dengan adanya fitur *Shopee PayLater* ini ia dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan terlebih lagi saat akhir bulan. Ia

mengatakan dengan adanya fitur ini ia dapat membeli beberapa produk yang diperlukan seperti pakaian dan skincare dan dapat membayarnya dikemudian hari.

Dengan adanya gawai digital, Berbagai kegiatan dapat diakses oleh para kalangan pelajar seperti dapat mengakses materi pembelajaran melalui aplikasi digital, dan juga akses menuju marketplace. Menurut (Rahayu, 2021) Sebagai mahasiswa yang mempelajari ilmu ekonomi, faktor biaya tidak dapat dihilangkan dari perhitungan belanja Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Biaya selalu menjadi faktor utama yang selalu menjadi faktor pertimbangan karena mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri untuk memenuhi kebutuhannya. Kehidupan mahasiswa tentu tidak mudah, ketika seseorang menjadi mahasiswa otomatis kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan mendasar ataupun kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup. Objek penelitian yang dipilih adalah *Shopee Paylater* karena fitur ini paling banyak digunakan di Indonesia sepanjang tahun 2020, mengalahkan *GoPay PayLater* dan *OVO PayLater*. Oleh karena itu peneliti berminat untuk meneliti faktor apa saja yang mendasari minat dalam penggunaan *Shopee PayLater*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari, 2021) menggunakan *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan ) sebagai variabel yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *paylater*. Hasil menunjukkan bahwa variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran *PayLater*. Hal tersebut memiliki

pengertian bahwa semakin tinggi tingkat *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) yang dimiliki oleh metode pembayaran *PayLater* maka akan semakin meningkatkan minat penggunaan metode pembayaran *PayLater*. Namun hasil penelitian tersebut dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Utami N. P., 2020) yang menunjukkan bahwa variabel kebergunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *ovopaylater*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2020) dengan menggunakan persepsi kemudahan sebagai variabel yang mempengaruhi minat dalam menggunakan pinjaman online. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel kemudahan terhadap minat pembelian menggunakan pinjaman online. Variabel kemudahan lebih dominan dibandingkan variabel kepercayaan dalam mempengaruhi minat pembelian menggunakan pinjaman online. Namun penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (JAYA ASJA, 2022) yang menunjukkan variabel kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*.

Penelitian Sari (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *immobile banking* secara terus menerus.. Penelitian Laksana dkk (2015) menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *immobile banking*.

Penelitian ini akan dilakukan pada kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha mengingat mahasiswa

merupakan kalangan generasi milenial yang tentunya memahami bagaimana perkembangan teknologi yang ada. Pembelajaran yang efektif dan efisien akan membantu mahasiswa memiliki kemampuan memahami, menilai dan bertindak dalam kepentingan keuangan mereka. Adanya pengetahuan yang baik sejak dini di harapkan mahasiswa dapat memiliki kehidupan sejahtera di masa yang akan mendatang . Mahasiswa Fakultas Ekonomi telah dibekali dengan ilmu-ilmu yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan, mereka mendapatkan berbagai mata kuliah dengan berbagai konsep keuangan. Selain itu sebagai Mahasiswa yang mempelajari tentang ilmu ekonomi tentunya akan memperhitungkan berbagai aspek untuk pengambilan minat dalam menggunakan *e-money* atau transaksi pinjaman online sebagai sarana dalam kegiatan bertransaksi. Pengambilan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha didasarkan pada beberapa hal seperti pertama, memiliki rentang usia yang sesuai dengan pengguna terbanyak *Shopee PayLater* yaitu rentang usia 17-24 Tahun. Kedua, dilihat dari jumlah mahasiswanya Fakultas ini memiliki jumlah terbanyak jika dibandingkan dengan seluruh Fakultas Ekonomi yang ada di Universitas di wilayah Singaraja. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Mahasiswa FE Perguruan Tinggi di Singaraja**

No.	Nama Fakultas	Program Studi	Jumlah Per Prodi	Total
1	Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha	Pendidikan Ekonomi	507	3235 mahasiswa
		S1 Akuntansi	1332	
		S1 Manajemen	1123	
		D3 Perhotelan	157	
		D3 Akuntansi	116	
2	Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti	S1 Manajemen	300	300 mahasiswa
3	STIE Satya Dharma	S1 Manajemen	721	758 mahasiswa
		D3 Akuntansi	37	

Sumber: TU Fakultas Ekonomi dan PDDikti, 2021

Selain itu sebagai Mahasiswa yang mempelajari tentang ilmu ekonomi tentunya akan memperhitungkan berbagai aspek untuk pengambilan minat dalam *paylater* sebagai sarana dalam kegiatan bertransaksi. Pengambilan lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha didasarkan pada beberapa hal seperti pertama, memiliki rentang usia yang sesuai dengan pengguna terbanyak *Shopee PayLater* yaitu rentang usia 17-24 Tahun. Kedua, dilihat dari jumlah mahasiswanya Fakultas ini memiliki jumlah terbanyak jika dibandingkan dengan seluruh Fakultas Ekonomi yang ada di Universitas di wilayah Singaraja. Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu " Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Shopee PayLater* (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha).



## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi bahwa *Fintech* terus mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia. Terlebih lagi pada saat ini, pandemi Covid-19 menyebabkan pola aktivitas dan gaya konsumsi masyarakat mengalami perubahan yang signifikan khususnya dalam penggunaan teknologi informasi. Selain itu, Covid-19 menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi terpuruk, banyak usaha yang mengalami gulung tikar. Sampai munculnya produk pembayaran masa kini, yaitu fitur *paylater* yang dipionirkan oleh Gojek dan Traveloka pada awalnya di tahun 2018. Kemudian Ovo dan Shopee yang menyediakan fitur *paylater* pada tahun 2019.

Pada masa pandemi *Shopee PayLater* berhasil mengambil alih posisi peratama yang sebelumnya di pegang oleh Gojek dan Traveloka yang dengan kata lain *Shopee PayLater* menjadi fiur *paylater* yang paling diminati oleh penggunannya. Penggunaan *Shopee PayLater* memang memberikan banyak kemudahan bagi manusia dalam bertransaksi. Mulai dari mempersingkat waktu, memperoleh barang yang dibutuhkan atau diinginkan, hingga dapat mencicil suatu barang tanpa memerlukan kartu kredit ataupun mendaftar ke perbankan terlebih dahulu. Dengan adanya manfaat serta kemudahan yang ditawarkan oleh fitu *Shopee PayLater*, kepercayaan dalam diri setiap individu juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan transaksi. Konsumen harus mengetahui dan mendapatkan informasi tentang produk yang akan

dibeli. Ketika konsumen sudah mendapatkan jawaban dan kepercayaan, maka dapat mempengaruhi minat pembelian secara online di Shopee. Namun dengan banyaknya tawaran dan seiring dengan adanya perkembangan pada e-commerce yang diberikan tentu dapat memicu para hacker untuk melakukan kejahatan, seperti membobol akun paylater dan lalu disalahgunakan untuk berbelanja kebutuhan pribadi mereka. Selain itu, adanya risiko perilaku konsumtif yang muncul akibat adanya sistem paylater.

Sebagai mahasiswa yang belum memiliki penghasilan sendiri serta telah mempelajari tentang ilmu ekonomi, tentunya akan memperhitungkan berbagai aspek seperti biaya untuk pengambilan minat dalam melakukan transaksi bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi.

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Dari pemaparan pada identifikasi masalah dan untuk memusatkan penelitian maka penulis melakukan pembatasan masalah tentang faktor-faktor yang akan digunakan sebagai variabel penelitian yaitu Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*.

### **1.4. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*?
4. Apakah persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan pada rumusan masalah, maka dicetuskan beberapa tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*.
2. Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*.

4. Untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *Shopee PayLater* sebagai metode pembayaran pada aplikasi *Shopee*

## 1.6. Manfaat Hasil Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang penggunaan *Shopee PayLater* pada aplikasi *Shopee* dengan melihat dari berbagai persepsi seperti persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatannya, serta dari literasi keuangan.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan kesempatan penulis untuk mempraktikkan ilmu yang didapat penulis pada masa perkuliahan.
- b. Bagi instansi yang terkait, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi terkait penggunaan *Shopee PayLater* pada aplikasi *Shopee* sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya agar dapat meningkatkan pelayanannya kepada pengguna kedepannya bagi Universitas Pendidikan Ganesha, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi kepada universitas dan diharapkan bisa untuk dijadikan referensi tambahan yang nantinya dapat dipakai oleh peneliti selanjutnya apabila mengerjakan penelitian yang serupa.