

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dari waktu ke waktu, membuat tak sedikit orang dapat menikmati kecanggihan teknologi tersebut. Bukan hanya untuk bersenang-senang, melainkan kini teknologi sudah bisa digunakan dalam dunia bisnis, terutama teknologi jaringan untuk perusahaan *e-commerce*. Hal ini berdampak pada masyarakat yang semula hanya dapat membeli dan menjual secara tradisional. Namun, saat ini masyarakat sudah semakin maju dalam menggunakan teknologi internet untuk berbisnis online. Teknologi internet yang semakin berkembang menuntut masyarakat untuk dapat menggunakan sumber daya jual beli online, karena hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk mempermudah dan mempercepat penjualan serta memberikan informasi dengan mudah kepada konsumen (Isyanahapsari, 2018).

Belakangan ini, sejumlah *marketplace* dan merchant pun juga mulai menawarkan sistem "Beli sekarang bayar nanti (*pay later*)" kepada penggunanya, menurut data dari *Fintech Report 2021*, *pay later* menempati peringkat ke-2 produk *fintech* yang paling banyak dilirik oleh masyarakat Indonesia. Salah satu *e-commerce* yang telah menerapkan sistem *pay later* ialah Akulaku. Akulaku merupakan platform perbankan dan keuangan digital terkemuka di Asia Tenggara

dengan kantor di Indonesia, Filipina, dan Malaysia. Akulaku hadir di pasar negara berkembang untuk memenuhi kebutuhan keuangan sehari-hari pelanggan yang kurang memiliki akses ke perbankan digital, layanan keuangan dan investasi, serta layanan asuransi. Selain kartu kredit virtual dan platform *e-commerce* Akulaku, perusahaan Akulaku juga menggunakan Assetku (platform manajemen kekayaan online) dan Neobank (bank digital seluler yang didukung oleh Neo Commerce Bank).

Melalui Keputusan Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan Nomor KEP-436/NB.11/2018 tanggal 18 April 2018, Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan memberikan pemberlakuan izin usaha kepada perusahaan pembiayaan PT Maxima Auto Finance yang saat ini telah berubah nama menjadi PT Akulaku Finance Indonesia. Sehingga aplikasi Akulaku ini telah resmi terdaftar di OJK dan termasuk kedalam aplikasi pinjaman online yang legal. Akulaku memungkinkan penggunaanya berbelanja saat ini dan dibayar kemudian hari. Sistemnya adalah *pay later* (beli sekarang, bayar nanti), Akulaku memberi konsumennya talangan dana untuk membayar produk yang akan dibeli oleh konsumen, kemudian konsumen akan mengembalikan dana ke Akulaku dengan cara diangsur beserta dengan bunganya. Selain itu, konsumen dapat mengajukan pinjaman dana tunai di Akulaku. Tingginya tingkat persaingan dalam bisnis online membuat setiap toko online harus menentukan strategi bagaimana agar konsumen lebih memilih membeli barang di tokonya daripada di toko lain. Untuk memenuhi hal tersebut setiap toko online harus mempelajari mengenai keputusan pembelian konsumen. Karena tidak semua konsumen yang datang ke toko online tersebut akan selalu memutuskan untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Keputusan

pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli suatu barang/jasa Menurut Kotler & Amstrong (2014). Dalam artian keputusan pembelian yaitu sebagai suatu sikap yang diambil saat konsumen sudah yakin untuk membeli dan melakukan transaksi. Langkah dalam mengambil keputusan pembelian tersebut tidak dapat dipisahkan dari sikap pada diri konsumen, jadi hal tersebut berdasarkan terbiasanya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam melakukan pembelian produk tentunya banyak faktor yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian salah satunya faktor kepercayaan. Kepercayaan yang dimiliki konsumen menjadi tumpuan bisnis online dan offline, sehingga loyalitas konsumen dapat terbentuk.

Pavlou dan Geffen (Dalam Baskara (2013)) bahwa “faktor kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam niat pembelian online”. Sedangkan Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa “kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis.” Kepercayaan bergantung pada beberapa faktor antara orang dan organisasi, seperti: kompetensi, kejujuran, integritas, dan kebaikan. Beberapa waktu lalu terdapat kasus di mana data pengguna dari Akulaku diduga mengalami peretasan dan diperjual belikan di dunia maya. Peretasan terjadi pada 7 Januari 2022, kurang lebih sekitar 12 juta pengguna menjadi korban peretasan. Kejadian ini tentu merugikan pihak yang terlibat dan ada kemungkinan data yang diretas akan disalah gunakan untuk kegiatan kriminal (Telset.id, 2022). Akibat kejadian tersebut, Akulaku dibayangi krisis kepercayaan pengguna. Penelitian Sukma (2012) menemukan bahwa kepercayaan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berdampak pada keputusan belanja online.

Setelah konsumen mendapatkan kepercayaan dari produk yang akan dibeli dan terhadap pihak penjual produk online, konsumen juga mempertimbangkan keputusan pembelian dari sisi kemudahan. Sehingga kemudahan yang ditawarkan oleh setiap *marketplace* menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Kemudahan yang dapat dirasakan oleh setiap konsumen dalam menggunakan aplikasi online itu tidak kalah pentingnya untuk menunjang kenyamanan konsumen dalam menggunakan aplikasi online tersebut.

Dengan adanya kemudahan transaksi *e-commerce*, saat ini ada berbagai cara untuk memproses transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran non tunai dinilai oleh konsumen sebagai metode pembayaran yang paling efisien. Namun, tidak sedikit konsumen yang tidak memiliki kartu kredit namun ingin membeli barang atau jasa dengan cara cicilan. Akulaku adalah situs web pertama yang melakukan pembelian melalui pembayaran mudah tanpa kartu kredit (Akulaku, 2016). Dengan kemudahan membayar cicilan tanpa kartu kredit, menarik minat konsumen yang tidak memiliki kartu kredit dan memudahkan mereka untuk membeli melalui sistem cicilan. Akulaku juga memberikan kemudahan pembiayaan pinjaman untuk biaya kesehatan, biaya perjalanan, biaya pendidikan, biaya rumah tangga, acara khusus dan pembelian barang. Selain itu, pilihan transaksi lainnya tersedia di Akulaku, antara lain pembelian pulsa, tagihan listrik, air, dan tiket pesawat. Kemudahan transaksi yang ditawarkan kepada konsumen membuat konsumen lebih senang saat berbelanja secara online.

Terlepas dari kemudahan yang diberikan pihak akulaku terhadap konsumen, namun konsumen juga mengalami kesulitan dalam mengakses Akulaku itu sendiri dan konsumen juga mengeluhkan terkait dengan peminjaman atau

pembelian kredit melalui Akulaku tidak bisa digunakan sehingga konsumen beranggapan bahwa Akulaku sudah menipu mereka (mediakonsumen.com). Kemudahan penggunaan sendiri menunjukkan tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi yang dalam hal ini situs jual beli online adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya untuk dapat menggunakannya. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Amiruddin (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel kemudahan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain perlunya rasa percaya dan kemudahan penggunaan sebelum melakukan keputusan pembelian secara online, Persepsi risiko juga dapat memicu konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

Persepsi risiko menurut Pride dan Ferrell dalam Sangadji dan Sopiah (2013) adalah bagian dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian. Risiko sebagai sebuah konsep yang telah dipelajari secara luas oleh banyak orang. Penelitian di bidang perilaku konsumen dan dianggap salah satu konsep terpenting untuk memahami seperti apa konsumen itu membuat sebuah keputusan. Penilaian seseorang terhadap sesuatu yang berakibat negatif akan menyebabkan kekhawatiran dengan risiko yg wajib diterima, juga bisa diartikan menjadi persepsi risiko. Risiko yang dirasakan juga mempengaruhi konsumen saat membuat keputusan pembelian. Konsumen tidak menginginkan kerumitan dan resiko tinggi belanja online untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ketika konsumen menyadari atau mengalami kerumitan layanan dan resiko tinggi saat berbelanja online, menjadi masalah yang serius dan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Akulaku. Namun, ketika toko online

Akulaku dirasakan ramah pengguna dan rendah risiko, konsumen tidak akan ragu untuk mengambil keputusan pembelian. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Faisol, dkk (2021) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Setiap *marketplace* memiliki layanan untuk membantu konsumen ketika mengalami kesulitan saat berbelanja, dan konsumen dapat menyampaikan keluhannya di tempat pembelian. Apabila kualitas yang diberikan kepada konsumen sangat baik, maka konsumen akan merasa nyaman dan percaya untuk berbelanja di situs jual beli online tersebut. Namun, cukup banyak pasar yang sering melakukan kejahatan dan mengecewakan konsumen. Menurut Yayasan Konsumen Indonesia (YLKI), pada tahun 2017 banyak keluhan dari konsumen terhadap situs penjualan media online, sebanyak 642 keluhan berasal dari konsumen yang membeli dari media online (Julianto, 2018). Berikut merupakan daftar pengaduan yang diterbitkan oleh YLKI di mana *marketplace* Lazada menjadi aplikasi no satu dengan pengaduan terbanyak sebesar 18 pengaduan, padaperingkat kedua diduduki oleh Akulaku dengan jumlah 14 pengaduan, lalu Tokopedia di peringkat ketiga dengan 11 pengaduan, Bukalapak yang menempati posisi ke empat dengan 9 pengaduan, dan Shopee menduduki peringkat kelima dengan 7 pengaduan.

Dari data tersebut terlihat bahwa Akulaku menempati urutan kedua dengan total 14 keluhan konsumen terbanyak. Tingkat pengaduan dapat dilihat dari beberapa kejadian yang terjadi. Mulai dari di mana konsumen sudah melakukan pembayaran namun tagihan tidak diperbarui pada akun Akulaku, dan konsumen juga sudah mengajukan komplain namun tagihan tetap tidak diperbarui sedangkan dia harus tetap membayar tagihan. Dalam hal ini konsumen merasa dirugikan

karena Akulaku tidak menanggapi keluhan konsumen. Tak sedikit juga konsumen yang menjadi korban dari salah satu mitra online Akulaku di mana barang yang dibeli konsumen tidak di proses atau dikirim ke konsumen, namun pihak Akulaku juga tidak memberikan informasi kepada konsumen, sehingga konsumen harus tetap membayar tagihan sementara barang yang dibeli sama sekali belum diterima, dalam hal ini konsumen juga sudah menghubungi pihak Akulaku, tetapi tidak ada yang menanggapi keluhan tersebut. Selain itu ada beberapa konsumen yang tidak dapat melakukan peminjaman dana sedangkan mereka memiliki limit pinjaman yang seharusnya bisa digunakan, berkaitan dengan hal ini sudah disampaikan ke pihak Akulaku dan pihak Akulaku menyarankan konsumen untuk melakukan pembelian barang secara tunai, dengan begitu konsumen sudah menuruti apa yang sudah disampaikan oleh pihak Akulaku namun mereka sama sekali masih belum bisa melakukan peminjaman, sehingga membuat konsumen merasa kecewa dan ditipu karena harus membeli barang-barang yang tidak seharusnya mereka beli.

Masalah lain juga sering terjadi yaitu berkaitan dengan adanya pengancaman yang dilakukan oleh orang-orang yang mengaku sebagai *Debt Collector* Akulaku, dan mengancam konsumen yang tidak bisa membayar tagihan dengan menyebar data diri konsumen keseluruh media sosial dan mengancam untuk melaporkan ke pihak yang berwajib. Dalam aturan penagihan sudah jelas disebutkan dilarang untuk mempermalukan nasabah, menagih kepada orang selain nasabah, serta mengganggu kegiatan nasabah namun hal itu malah terjadi di Akulaku. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di lapangan terhadap masyarakat Kelurahan Kampung Kajanan, tak sedikit masyarakat yang menggunakan Akulaku terutama para kawula muda. Mereka juga kerap mendapatkan permasalahan yang

serupa, di mana kenyamanan mereka dalam menggunakan atau mengakses Akulaku terganggu. Dengan adanya kelalaian dari pihak akulaku dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap Akulaku itu sendiri.

Salah satu responden mengungkapkan kekecewaannya terhadap sistem Akulaku di mana dia terpaksa harus membatalkan kredit handpone di Akulaku dan refund ke saldo Akulaku karena *Debt Collector* Akulaku selalu menelepon dengan cara meneror dan menyuruh untuk segera membayar cicilan sementara di tanggal itu sebenarnya belum memasuki tanggal jatuh tempo, hal ini dirasa sangat mengganggu konsumen dan terkesan tidak adanya kepercayaan dari pihak Akulaku terhadap konsumen. Jika menyangkut persepsi risiko hal ini berkaitan dengan risiko yang tinggi dalam melakukan pembelian di Akulaku, dengan adanya kasus penipuan yang sering terjadi membuat pengguna lebih berhati-hati dan memikirkan risiko yang akan mereka alami apabila melakukan pembelian menggunakan aplikasi Akulaku tersebut.

Risiko lainnya dari belanja online menggunakan aplikasi Akulaku yaitu banyaknya pemasar yang memasarkan produknya di aplikasi Akulaku, sehingga membuat konsumen kesulitan menentukan pemasar yang kredibel yang mereka bisa dipercaya. Kekurangan ini menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian melalui Akulaku. Dengan adanya keluhan konsumen seperti yang sudah disampaikan, dapat diartikan bahwa terdapat beberapa fenomena menarik terkait pengalaman konsumen Akulaku. Konsumen mempersoalkan setidaknya tiga faktor yaitu terkait dengan kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko. Terkait dengan kepercayaan konsumen, kita tahu adanya pembobolan akun pengguna Akulaku sehingga dapat menyebabkan kerugian yang membuat pengguna takut dan

tidak mempercayai Akulaku kembali, kemudian berhubungan dengan kemudahan transaksi, kita tahu bahwa ada konsumen yang sudah membayar iurannya, namun tagihan tersebut tidak diupdate di Akulaku. Ada juga konsumen yang kesal karena setelah memutuskan untuk membeli produk Akulaku ternyata nominal yang semula disepakati berubah dan menjadi lebih mahal keesokan harinya. Selain itu beberapa konsumen tidak bisa menggunakan limit pinjaman yang telah disediakan sementara mereka sudah memenuhi segala persyaratan yang diberikan oleh pihak Akulaku namun tidak memiliki pengaruh apapun dan mereka tetap belum bisa melakukan peminjaman. Melihat kasus-kasus yang telah terjadi tersebut, terlihat bahwa Akulaku lamban dalam menanggapi keluhan konsumen tersebut, bahkan ada keluhan yang tidak ditanggapi sama sekali. Tentunya hal ini mempengaruhi keputusan pembelian secara online di *marketplace* Akulaku itu sendiri.

Berdasarkan fakta dan fenomena di atas, penelitian ini dilandaskan dengan menyadari pentingnya kepercayaan konsumen, kemudahan dan persepsi risiko. Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online Akulaku (Pada Masyarakat Kelurahan Kampung Kajanan)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, penulis mengidentifikasi masalah yaitu.

- 1.2.1 Situs akulaku tidak luput dari masalah penipuan belanja online yang semakin marak saat ini.
- 1.2.2 Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap situs jual beli Akulaku

1.2.3 Penggunaan aplikasi Akulaku masih terkesan rumit untuk digunakan.

1.2.4 Konsumen belum bisa menyadari bahwa Akulaku juga akan memberikan risiko atau dampak negatif terhadap mereka.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan untuk menghindari perluasan masalah maka penelitian ini akan dilakukan kepada responden yang sudah pernah menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku dan pernah melakukan pembelian/transaksi menggunakan Akulaku minimal 1 kali, penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat kelurahan kampung kajan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1.4.1 Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku?
- 1.4.2 Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku?
- 1.4.3 Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku?
- 1.4.4 Apakah kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1.5.1 Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.
- 1.5.2 Untuk mengetahui pengaruh kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.
- 1.5.3 Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.
- 1.5.4 Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan antara lain.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah dapat menjadi bahan masukan bagi lembaga maupun bagi perusahaan Akulaku, serta memberikan sumbangan pikiran khususnya kepada situs jual beli online Akulaku yang menjadi objek penelitian ini demi kemajuan situs tersebut kearah yang lebih baik lagi.

1.6.2 Manfaat Praktisi

1) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.

2) Bagi Masyarakat Kelurahan kampung kajanan

Dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi agar masyarakat lebih berhati hati dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku

3) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bacaan penelitian di bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pinjaman online Akulaku.

