

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

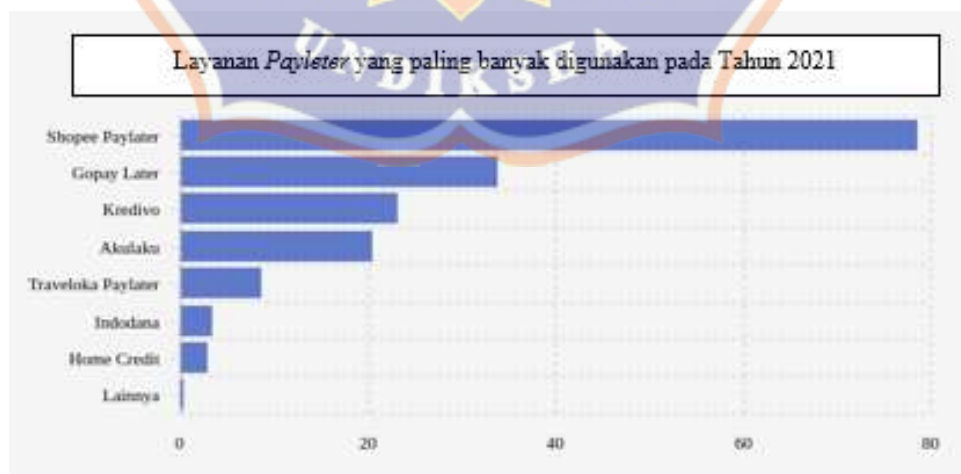
Kemajuan teknologi telah mempermudah banyak aspek kehidupan, termasuk dalam hal sistem pembayaran dan layanan keuangan. Berbagai sistem pembayaran dan produk jasa keuangan di era digital saat ini telah muncul yang secara signifikan memudahkan masyarakat dalam berbelanja (Prastiwi & Fitria, 2021). Sistem pembayaran saat ini tidak lagi bergantung secara eksklusif pada kartu kredit perbankan, meskipun kartu kredit tetap ada. Kehadiran *financial technology* (*fintech*) yang semakin meluas juga telah berperan penting dalam hal ini (Saragih & Lestari, 2022).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *fintech* merupakan inovasi dalam industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi (Salvasani & Kholil, 2020). *Fintech* didefinisikan sebagai integrasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari cara konvensional yang mengharuskan pembayaran secara langsung dengan uang tunai menjadi transaksi jarak jauh yang dapat diselesaikan dalam hitungan menit atau bahkan detik (Kusuma & Asmoro, 2020). *Fintech* pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2015, bersamaan dengan pendirian Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI), dengan tujuan agar mendorong inklusi keuangan melalui platform digital dan bersaing dengan negara-negara lain yang telah lebih maju dalam layanan keuangan digital (Stifani & Rafinda, 2023).

Lebih dari 146 *fintech* telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (Irawansah *et al.*, 2021), menunjukkan bahwa Indonesia aktif dalam memanfaatkan

perkembangan teknologi, khususnya dalam bidang keuangan, untuk mempermudah transaksi masyarakat (Basalamah *et al.*, 2022). Selain keunggulannya, *fintech* juga memiliki beberapa kelemahan seperti rentan terhadap penipuan, pencurian identitas, serangan *phishing*, faktor keamanan atau privasi dan transaksi tidak sah. Kemunculan produk pembayaran terkini, yaitu fitur Shopee PayLater, dimulai dengan peluncurannya oleh Gojek dan Traveloka pada tahun 2018 (Saragih & Lestari, 2021). Selanjutnya, Ovo dan Shopee memperkenalkan fitur PayLater mereka pada tahun 2019 (Awdes & Surya, 2022).

PayLater adalah layanan keuangan yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan *e-commerce* dan memiliki kesamaan dengan sistem kredit perbankan (Prastiwi & Fitria, 2021). Layanan ini memungkinkan pembayaran dilakukan setelah pembelian, yang dikenal dengan istilah "*Buy Now PayLater*" (Khairunnisa *et al.*, 2022). Pembayaran dapat dicicil dengan tenor tertentu tanpa memerlukan kartu kredit, bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya (Saragih & Lestari, 2021).



Gambar 1.1 Layanan *Paylater* yang paling banyak digunakan pada Tahun 2021
Sumber: Databoks, 2022

Menurut survei oleh DailySocial (2021), Shopee PayLater menjadi layanan PayLater yang paling populer sepanjang tahun 2021, dengan persentase penggunaan mencapai 78,4%. Gopay *Later* menempati urutan kedua, digunakan oleh 33,8% responden, diikuti oleh Kredivo dengan 23,2% pengguna. Layanan Akulaku menarik 20,4% responden, sedangkan Traveloka PayLater digunakan oleh 8,6% konsumen. Layanan Indodana dan *Home Credit* masing-masing digunakan oleh 3,3% dan 2,8% konsumen. Sisanya, 0,4% konsumen memanfaatkan fitur PayLater dari layanan lainnya.

Fitur PayLater telah meningkatkan praktikalitas sistem transaksi *online* dengan menyederhanakan persyaratan, proses pendaftaran, dan aktivasi yang relatif cepat, menjadikannya metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan dengan *bank*. Seiring dengan meluasnya *e-commerce*, masyarakat semakin terdorong untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan mereka, yang sering kali sulit dipenuhi secara tunai oleh sebagian orang. Oleh karena itu, beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia kini menawarkan layanan PayLater sebagai opsi untuk pembayaran cicilan, termasuk aplikasi Shopee (DailySocial, 2021).

Shopee PayLater menerapkan sistem *peer-to-peer lending*, yang merupakan *platform* digital yang menghubungkan pemberi pinjaman dengan peminjam melalui internet (Putri & Miru, 2020). *Platform* ini menyediakan mekanisme kredit, yang mendukung pemberi pinjaman dan peminjam dalam memenuhi kebutuhan mereka dan mengoptimalkan penggunaan dana (Ansori, 2019). Sebagai layanan yang beroperasi di bawah naungan PT. Lentera Dana Nusantara

dan terdaftar serta diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Shopee PayLater menawarkan pinjaman dana instan dengan bunga yang sangat rendah.

Pinjaman ini hanya dapat digunakan untuk pembelian produk di Shopee dengan opsi cicilan mulai dari 1 bulan hingga 6 bulan. Cicilan 1 bulan, Shopee PayLater menetapkan bunga sebesar 0%, sedangkan untuk cicilan 2 dan 3 bulan dikenakan biaya transaksi sebesar 2,95%. Selain itu, konsumen dapat melakukan pembayaran sebelum tagihan diterbitkan, asalkan pesanan telah berstatus selesai. Mengingat pentingnya minat penggunaan terhadap layanan PayLater, manajer pemasaran perlu memahami berbagai faktor yang mempengaruhi minat pengguna, seperti persepsi manfaat, literasi keuangan, serta faktor lainnya (Asja *et al.*, 2021).

Menurut Calvin dan Tyra (2022), faktor pertama yang mempengaruhi minat penggunaan melalui fitur Shopee adalah manfaat yang ditawarkan. Shopee PayLater menyediakan alternatif yang praktis, mengingat pengguna tidak perlu lagi memperoleh kode bayar atau nomor rekening untuk menyelesaikan transaksi (Elysia & Achmad, 2023). Selain itu, fitur cicilan yang tersedia dalam metode pembayaran ini memberikan solusi yang efisien bagi masyarakat untuk melakukan pembelian barang dan jasa tanpa harus menyiapkan dana tunai di muka (Rahmi *et al.*, 2023). Namun demikian, terdapat ancaman serius apabila tidak melakukan pembayaran tepat waktu.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat penggunaan menggunakan Shopee PayLater adalah literasi keuangan. Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk

mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat (OJK, 2024). Pengetahuan tentang literasi keuangan diperlukan dalam membuat suatu keputusan ekonomi khususnya berkaitan dengan hal keuangan. Hal ini berkaitan dengan minat penggunaan Shopee PayLater, karena setiap pengeluaran atau transaksi yang dilakukan menggunakan Shopee PayLater telah direncanakan atau dianggarkan terlebih dahulu agar tidak konsumtif dalam belanja *online* (Rahmawati & Mirati 2022).

Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik, akan mampu melihat uang dengan sudut pandang yang berbeda serta akan memiliki kendali atas kondisi keuangannya. Individu tersebut akan memahami bagaimana mengelola pendapatan dan pengeluaran untuk menjamin kelangsungan hidupnya di masa depan (Kartini dan Mashudi, 2022). Data *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) tahun 2023 menunjukkan skor literasi finansial Indonesia (57) masih berada di bawah rata-rata dunia (60). Survei OJK tahun 2022 pun menunjukkan rata-rata tingkat literasi finansial di masyarakat Indonesia saat ini hanya mencapai 49,68%. Data ini semakin menunjukkan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan sikap masyarakat Indonesia tentang cara mengelola keuangan masih perlu ditingkatkan. Kurangnya literasi keuangan dapat berujung pada keputusan finansial yang buruk, seperti terjebak dalam hutang.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater adalah kepuasan konsumen (Sihombing *et al.*, 2024). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka (Budiono, 2021). Dengan dapat mempermudah kegiatan khususnya dalam bertransaksi maka

akan menimbulkan sebuah perasaan puas dimana apa yang diharapkan sesuai dengan apa yang didapatkan (Septianti & Frastuti, 2019). Mempermudah setiap kegiatan dengan tidak mengurangi kualitas pelayan ditambah adanya penawaran berupa promo menjadikan kecanggihan pada bidang *fintech* dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Hamdi *et al.*, 2024).

Konsumen yang puas dapat meningkatkan minat penggunaan. 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. Persepsi manfaat yang tinggi mengenai kemudahan transaksi dan keuntungan finansial yang diperoleh dari Shopee PayLater akan meningkatkan minat pengguna untuk memanfaatkan sistem tersebut. Persepsi manfaat yang tinggi juga menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan *fintech*, tanpa mempertimbangkan resikonya. Namun demikian, penggunaan Shopee PayLater juga harus diimbangi dengan literasi keuangan yang lebih baik.

Selain itu, kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh bagaimana baiknya pengalaman mereka dalam menggunakan Shopee PayLater, menjadi faktor mediasi yang penting, memperkuat hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan minat penggunaan sistem pembayaran. Dengan kata lain, semakin puas konsumen dengan layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan mereka akan merasa positif terhadap manfaat serta semakin merasakan pentingnya literasi keuangan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Peningkatan penggunaan PayLater di Indonesia umumnya disebabkan oleh berbagai kebutuhan, mendapatkan

potongan harga, dan memanfaatkan tenor cicilan yang singkat dengan proses pengajuan yang mudah (Hardhika, 2021). Dengan adanya fitur Shopee PayLater, banyak masyarakat yang telah memanfaatkannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Budiastuti (2020) Hasil penelitian ini *Perceived ease of use*, kepercayaan *attitude towards using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Hasil pada sistem *perceived usefulness* dan risiko menunjukkan bahwa kedua sistem tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi Shopee.

Fintech menjadi kebutuhan masyarakat saat ini karena memberikan banyak kemudahan. Seperti yang dijelaskan oleh penelitian-penelitian sebelumnya bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi individu dalam menggunakan *fintech* seperti manfaat dan lain sebagainya. Manfaat yang diberikan mendorong masyarakat untuk menggunakannya. Apabila sebuah produk *fintech* mampu memenuhi ekspektasi yang dimiliki oleh pengguna, maka mereka akan puas pada produk tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk membahas minat pengguna dalam menggunakan *fintech* dengan melibatkan beberapa variabel pada penelitian sebelumnya sehingga menjadi sebuah penelitian kebaruan. Dengan demikian, pembahasan mengenai penggunaan *fintech* menjadi lebih kompleks.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Persepsi Manfaat dan Literasi Keuangan dengan Kepuasan**

Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi bahwa perkembangan *fintech* di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan. Peningkatan penggunaan PayLater di Indonesia umumnya disebabkan oleh kebutuhan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mendapatkan potongan harga, dan memanfaatkan tenor cicilan yang singkat dengan proses pengajuan yang mudah. Dengan adanya fitur Shopee PayLater, banyak masyarakat yang telah memanfaatkannya. Fitur PayLater yang pertama kali diperkenalkan oleh Gojek dan Traveloka pada tahun 2018, diikuti oleh Ovo dan Shopee pada tahun 2019. Berikut ini adalah identifikasi masalah pada penelitian:

1. Penggunaan *fintech* menjadi kebutuhan masyarakat saat ini karena memberikan banyak kemudahan. Namun demikian *fintech* rentan terhadap penipuan, pencurian identitas, serangan *phishing*, faktor keamanan atau privasi, dan transaksi tidak sah.
2. Kurangnya literasi keuangan dapat berujung pada keputusan finansial yang buruk, seperti terjebak dalam hutang.
3. Persepsi manfaat yang tinggi mengenai kemudahan transaksi dan keuntungan finansial menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan *fintech*, tanpa mempertimbangkan resikonya.

1.3 Batasan Masalah

Dari pemaparan pada identifikasi masalah dan untuk memusatkan penelitian, maka peneliti melakukan pembatasan masalah pada variabel penelitian yaitu persepsi manfaat, literasi keuangan dan minat penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Penelitian

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

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater?
4. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat penggunaan Shopee PayLater?
6. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater?
7. Apakah kepuasan konsumen memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater
2. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater
3. Untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater
4. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater
5. Untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat penggunaan Shopee PayLater
6. Untuk menguji kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater
7. Untuk menguji literasi keuangan dalam memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini memperdalam pemahaman tentang apa saja faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna sistem pembayaran digital khususnya pada aplikasi Shopee PayLater yang dilihat dari persepsi manfaat, literasi keuangan dan kepuasan konsumen.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi yang relevan mengenai penggunaan Shopee PayLater, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi untuk peningkatan pelayanan di masa depan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan penggunaan PayLater secara bijak agar konsumen dapat menggunakan PayLater sebagai alternatif pembayaran.

1.7 Penjelasan Istilah

Penelitian ini menggunakan beberapa istilah, untuk menghindari adanya ketidaksesuaian pemahaman pada variabel-variabel yang digunakan. Berikut ini adalah penjelasan yang digunakan dalam penelitian.

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM merupakan suatu konsep yang menjelaskan mengenai suatu perilaku pengguna teknologi dalam upaya menerima dan menggunakan teknologi dengan berlandaskan pada kepercayaan, sikap, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna.

2. Pembayaran Elektronik

Pembayaran elektronik adalah sebuah model pembayaran yang memberikan kemudahan dan rasa nyaman kepada pengguna yang akan melakukan seluruh jenis pembayaran dengan bantuan teknologi.

3. *Financial Technology* (Fintech)

Fintech adalah sebuah produk yang menggabungkan antara teknologi dan finansial, yang menghasilkan teknologi berupa otomatisasi dengan

mesin atau pengguna media internet agar memudahkan layanan dalam sektor keuangan.

4. Shopee

Shopee adalah *platform* yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli dengan cara yang menyenangkan, gratis dan terpercaya.

5. Shopee PayLater

Shopee PayLater adalah suatu metode pembayaran dalam bentuk pinjaman yang disediakan oleh pihak Shopee, yang diwajibkan kepada pengguna agar melakukan pembayaran sesuai dengan periode cicilan melalui aplikasi.

6. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan sebuah pandangan subjektif dari pengguna mengenai sistem atau aplikasi yang digunakan.

7. Literasi keuangan

Literasi Keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan yang memengaruhi perilaku untuk meningkatkan pengambilan keputusan yang baik dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan di masa depan.

8. Minat Penggunaan

Minat penggunaan dapat diartikan dengan suatu ketertarikan dari individu untuk menggunakan sebuah produk seperti produk teknologi.

9. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan suatu produk atau layanan, yang dianggap telah memenuhi kebutuhan dan harapannya.

1.8 Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat dan literasi keuangan dapat meningkatkan minat penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater dan diperkuat oleh kepuasan konsumen.

1.9 Rencana Publikasi

Rencana publikasi penelitian ini adalah dalam bentuk Jurnal Ilmiah pada jurnal yang memiliki minimal *Science and Technology Index* (SINTA-3) yakni Jurnal Media Ekonomi yang dipublikasikan oleh Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis (LPFEB) Universitas Trisakti.

