

BAB I PENDAHULUAN

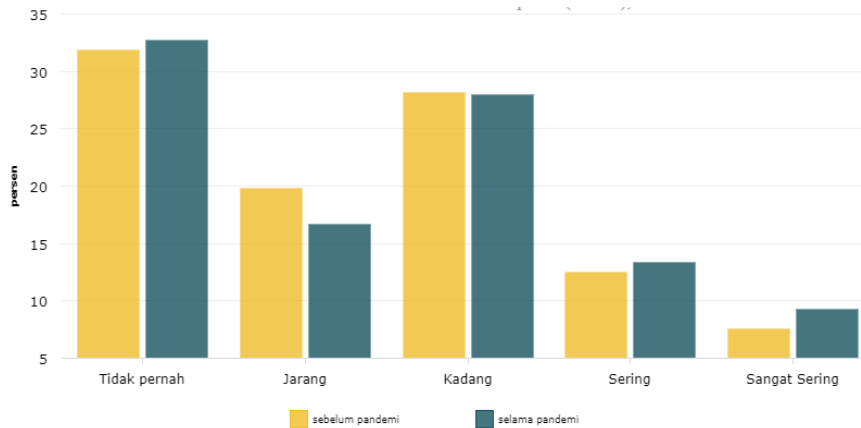
1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi mengubah dinamika aktivitas dalam setiap aspek kehidupan manusia menjadi lebih instan dan efisien. Salah satunya dalam era *digital* khususnya di bidang keuangan dengan diperkenalkannya teknologi finansial atau *financial technology (fintech)*. *Fintech* menciptakan metode pemasaran dengan metode pembayaran yang efisien untuk memberikan kemudahan bagi konsumen (Novendra & Aulianisa, 2020)

Sebelum berkembangnya *fintech* dunia *digital* sudah lebih dahulu mengenal industri *electronic commerce (e-commerce)* atau *online marketplace*. *E-commerce* adalah proses perdagangan barang dan jasa melalui elektronik. Pada tahun 2014 penggunaan *e-commerce* marak diminati oleh masyarakat. Kehadiran *e-commerce* menjadi salah satu pilar penting dalam rangka pemulihan pada masa pandemi dan telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja yang semula konvensional lalu bertransformasi dengan pola lebih praktis dan cepat.

Fintech dan *e-commerce* saling bersinergi satu sama lain, *fintech* berperan sebagai proses transaksi jual beli, lalu *e-commerce* sebagai *platform* jual beli. Sinergi *fintech* dan *e-commerce* muncul di berbagai aplikasi *platform e-commerce* seperti Shopee, Gojek, Tokopedia, Traveloka, Ovo, Pegi-Pegi, dan lainnya.

Saat ini pertumbuhan industri *fintech* semakin beragam. Terdapat *payment funding, digital banking, capital market, insurtech* dan jasa pendukung layanan keuangan lainnya (Latifah, 2019). Salah satu inovasi menarik dari *fintech* adalah *PayLater*. *PayLater* merupakan bentuk pinjam meminjam melalui perantara selain bank (Nirmalapurie, 2020). Intensitas penggunaan fitur *PayLater* meningkat pada pandemi COVID-19. Hal dibuktikan survei daring oleh Lembaga *Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)* terhadap 2.000 responden yang tersebar di 10 provinsi. (Databoks, 2021).



Katadata.co.id

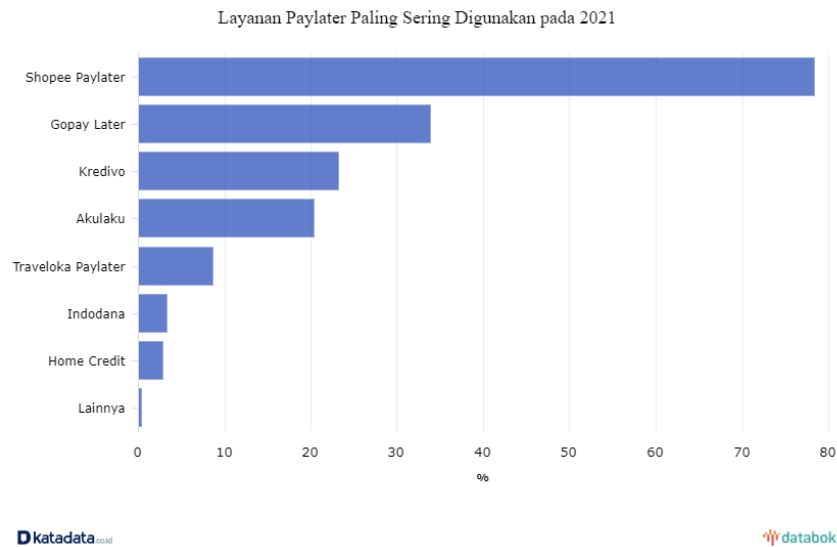
databoks

Gambar 1.1 Intesitas Penggunaan *PayLater* Sebelum dan Setelah Pandemi
 Sumber : (Databoks, 2021)

Salah satu *e-commerce* penyedia fitur *PayLater* yang banyak dikenal masyarakat adalah Shopee. Shopee merupakan *platform* bagi pengguna internet melakukan transaksi belanja *online*. Shopee menyediakan metode pembayaran *PayLater* melalui PT *Commerce Finance* serta pihak afiliasi untuk memberikan pinjaman bagi pengguna.

PT *Commerce Finance* merupakan perusahaan *multifinance* yang menyediakan produk pinjaman untuk Shopee *PayLater* dan diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan. Melalui fitur Shopee *PayLater*, Shopee memberikan pinjaman instan dengan bunga minim yang diperuntukan pada pengguna aktif Shopee *PayLater* untuk melakukan transaksi *online* dan berbelanja. Terdapat peningkatan yang signifikan pada intensitas penggunaan konsumen menggunakan fitur *PayLater* selama pandemi.

Shopee *PayLater* merupakan layanan “bayar nanti” yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sepanjang tahun 2021. Pernyataan ini dibuktikan dengan hasil survei yang dirilis oleh *Dailysocial* pada bulan Desember 2021. menggunakan fitur *PayLater* di layanan lainnya, membentuk data di mana presentase pengguna layanan *PayLater* terbanyak diduduki oleh Shopee *PayLater* pada urutan pertama (Databoks, 2022).



Gambar 1.2 Presentase Layanan *PayLater* Paling Sering Digunakan pada 2021
 Sumber : (Databoks, 2021)

- *Shopee PayLater* memiliki metode serupa seperti kartu kredit, setelah melakukan transaksi menggunakan *Shopee PayLater*, pengguna diwajibkan membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang dapat dipilih saat melakukan transaksi pembayaran. *Shopee PayLater* juga digunakan pengguna untuk berbelanja *online*. Berikut rincian periode cicilan, biaya penanganan, suku bunga, dan biaya keterlambatan pembayaran.

Tabel 1.1 Rincian Biaya Tagihan *Shopee PayLater*

<u>Periode Cicilan</u>	<u>Biaya Penanganan</u>	<u>Suku Bunga</u>	<u>Biaya Keterlambatan Pembayaran</u>
1. <u>Cicilan 1x</u>		Minimal	5% per bulan dari
2. <u>Cicilan 3x</u>	1% per	2,95% dari	seluruh total tagihan
3. <u>Cicilan 6x</u>	<u>transaksi.</u>	total	yang telah jatuh tempo.
4. <u>Cicilan 12x</u>		pembayaran.	

Sumber : (*Shopee.co.id*, 2021)

Berdasarkan hasil survei *Dailysocial* pada bulan Desember 2021, *Shopee PayLater* merupakan layanan “bayar nanti” yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sepanjang tahun 2021. Hal ini disebabkan oleh *Shopee PayLater* yang

memberikan beragam manfaat dan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja secara online. Laporan penelitian yang dilakukan oleh Lembaga RISED pada platform penggunaan *PayLater* yang terdiri dari Shopee menduduki posisi pertama dengan presentase (52%), Gojek (31,28%). Tokopedia (10,35%), Akulaku, Kredivo, Dana, OVO, dan Linkaja (10,35%), Traveloka (3,08%) dengan 2.000 responden menghasilkan temuan pada alasan kedaruratan. Sebanyak 1.130 responden (82,97%) menggunakan *PayLater* untuk membeli kebutuhan mendadak saat kondisi keuangan terbatas (Rumayya *et al.*, 2020)

Manfaat yang dipersepsi dalam *fintech* merupakan kemungkinan subyektif dari calon pengguna yang menggunakan aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja pekerjaan, dengan potensi risiko yang akan didapat (Aini, 2020). Layanan Shopee *PayLater* memberikan beragam manfaat bagi penggunanya, selain melakukan transaksi pembelian pada *marketplace* Shopee, pengguna juga dapat melakukan pembelian dari beberapa kategori layanan seperti pulsa, tagihan, hingga hiburan. Menurut (Shabrina, 2020) pada situs (*konsumendigital.com*, 2020). Berdasarkan pengalamannya, Shopee *PayLater* memberikan manfaat bagi dirinya dan mereka yang memiliki keterbatasan dana pada saat mendesak. Para pembeli bisa belanja tanpa harus memiliki kartu. Ketika individu merasakan kemudahan dalam pengadopsian teknologi seluler maka ia akan menganggap teknologi itu berguna dan akan mengarah kepada perilaku penggunaan yang terus menerus atau berkelanjutan (Humbani & Wiese, 2019)

Kemudahan menggunakan yang dipersepsi adalah persepsi individu tentang kemudahan dalam pengadopsian teknologi. Jika pengguna merasa bahwa tidak diperlukan usaha yang besar untuk menggunakannya, maka teknologi tersebut memiliki persepsi nilai kenyamanan yang tinggi, dan sebaliknya (Ichwan & Kasri, 2019). Dalam konteks penelitian ini teknologi yang dimaksud adalah metode pembayaran Shopee *PayLater*. Selain manfaat, Shopee *PayLater* juga menawarkan kemudahan bagi penggunanya dimulai dari cara aktivasi yang mudah dan praktis hingga sistem pembayaran dan tagihan yang sederhana, pengguna dapat menggunakan periode cicilan yang terdiri dari 3 kali, 6 kali, dan 12 kali. Bunga yang ditawarkan juga minim, pengguna diberi kelonggaran menentukan tenggat waktu tanggal (tanggal 5 atau 25 setiap bulannya)

Intensi untuk terus menggunakan adalah serangkaian aktivitas pembelian maupun penggunaan teknologi secara terus-menerus bagi pengguna (Damayanti, 2021). Penelitian (Kumar, 2019) menghasilkan temuan manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi secara signifikan mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan *M-Wallet* di India. Pengguna *m-wallet* mayoritas menggunakan *m-wallet* secara jangka panjang dikarenakan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang memprediksi bagaimana pengguna mengadopsi teknologi. TAM menyatakan bahwa manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi mendorong niat individu untuk menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan (Assaker, 2019). Intensi untuk terus menggunakan di pengaruhi oleh faktor manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (Amoroso & Lim, 2017).

Expectance Confirmation Model (ECM) merupakan teori yang menjelaskan sikap individu mengadopsi teknologi yang berkelanjutan. ECM digunakan untuk menganalisis intensi pengguna untuk terus menggunakan sistem. Menurut (Bhattacharjee, 2021) dalam (Damayanti, 2021), niat dan minat merupakan hal yang serupa.

Manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi dapat diterapkan dalam ECM (Bhattacharjee, 2021). Semakin tinggi besar pengguna merasakan manfaat dan kemudahan suatu layanan maka semakin tinggi intensi akan menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Penelitian ini merupakan integrasi atau penggabungan variabel dari teori TAM dan ECM yang menghasilkan pola tertentu mengenai intensi menggunakan kembali suatu teknologi.

Peneliti tertarik untuk meneliti fitur pembayaran Shopee *PayLater* karena Shopee *PayLater* merupakan layanan *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sepanjang tahun 2021 (*Dailysocial*, 2021). Peneliti berasumsi kehadiran Shopee *PayLater* banyak memberikan manfaat dan kemudahan yang dapat memunculkan intensi untuk terus menggunakan bagi pengguna.

Penelitian bertujuan untuk menguji secara empiris apakah manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi dapat mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan layanan Shopee *PayLater*. Berdasarkan latar belakang, data, riset serta fenomena, peneliti merasa perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“PENGARUH MANFAAT YANG DIPERSEPSI DAN KEMUDAHAN MENGGUNAKAN YANG DIPERSEPSI TERHADAP INTENSI UNTUK TERUS MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE *PAYLATER* (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT TANGERANG SELATAN)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah manfaat yang dipersepsi mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*?
2. Apakah kemudahan menggunakan yang dipersepsi mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*?
3. Apakah manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk menguji pengaruh manfaat yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*.
2. Untuk menguji pengaruh kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*.
3. Untuk menguji pengaruh manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Mengetahui manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*. Sehingga mampu memberikan kajian referensi, informasi, dan pengetahuan terhadap khalayak luas mengenai temuan penelitian ini sebagai referensi baru guna mendukung penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah :

1. PT Shopee *International* Indonesia

Memperluas wawasan dan informasi bagi semua pihak mengenai salah satu bentuk pemasaran dan juga dapat dijadikan acuan pertimbangan terkait pengembangan dan evaluasi metode pembayaran Shopee *PayLater* serta prediksi perilaku konsumen dalam pengadopsian teknologi,

2. Peneliti

Untuk menyelesaikan kewajiban dan tanggung jawab sebagai mahasiswa S-1 dan mendapatkan pengalaman pengaplikasian pola berfikir ilmiah dan empiris serta mendapat pengetahuan mengenai pengaruh manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*.