

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Inovasi teknologi finansial pada industri keuangan di Indonesia saat ini terus tumbuh bersama dengan kemajuan teknologi dan sistem informasi. Majunya *Financial Technology/FinTech* menciptakan kemudahan dalam layanan finansial dan pemrosesan transaksi. Perkembangan teknologi finansial terbukti membawa manfaat bagi konsumen, pelaku usaha maupun perekonomian nasional, namun memiliki potensi resiko yang apabila tidak dimitigasi dengan baik akan mengganggu sistem keuangan PBI (2019). Ekosistem teknologi finansial perlu dimonitor dan dikembangkan untuk mendukung sistem pembayaran yang efisien, lancar, aman, dan dapat diandalkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

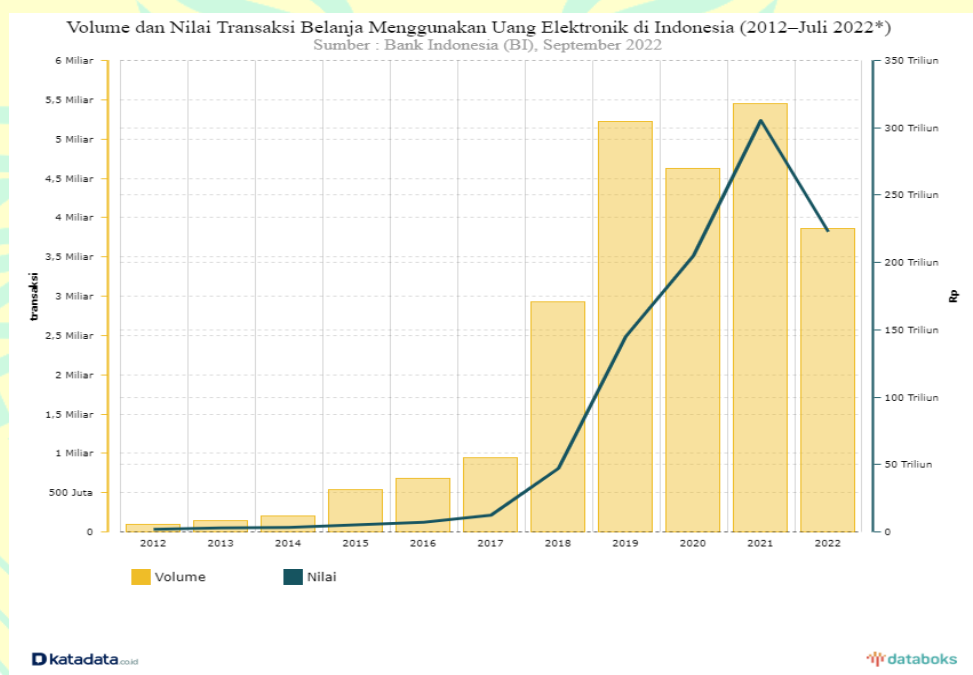
Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh individu, organisasi maupun perusahaan adalah internet. Internet memberikan akses informasi dengan mudah, cepat dan luas. Internet menciptakan berbagai inovasi baru yang memudahkan kita berbelanja secara *online* menggunakan internet, *e-commerce* merupakan inovasi yang telah dikembangkan dan diadopsi masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Penggunaan layanan berupa jasa *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen maupun perusahaan sendiri maka segala

layanan yang diinginkan oleh para konsumen dapat segera ditindaklanjuti secepat mungkin, sehingga perusahaan akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen. Selama ini konsumen yang ingin membeli produk diharuskan untuk mendatangi tempat penjualan produk dan hal tersebut tidak efisien bagi konsumen yang memiliki kesibukan yang padat. Dengan adanya *e-commerce* konsumen dapat dengan mudah untuk bertransaksi dengan mudah. Hal tersebut membuat banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menciptakan layanan *e-commerce* yang berkualitas dan dapat dipercaya sehingga menambahkan *value* bagi produknya, lebih mudah, murah, dan efisien.

E-commerce menawarkan banyak kemudahan dalam bertransaksi kepada konsumen, namun konsumen juga akan menilai dan menentukan sikap apa yang akan mereka ambil berdasarkan penilaian mereka kepada suatu *e-commerce*, apakah selanjutnya konsumen akan percaya dan dengan senang hati bertukar informasi pribadi dengan situs *e-commerce*, dan melakukan transaksi atau tidak. Para konsumen sangat hati-hati, dengan ancaman kecurangan *online*, pada dasarnya banyak pembeli tidak percaya pada situs, kecuali perusahaan dapat membangun kepercayaan konsumen. Calon pelanggan akan memastikan kredibilitas situs begitu mereka memasukinya. Perusahaan berperan dalam memberikan kepercayaan kepada calon pelanggan melalui strategi pemasaran produk yang baik. Terdapat tantangan bagi setiap perusahaan dalam strategi pemasaran

produk. Perkembangan era digital yang semakin maju, setiap perusahaan harus mengikuti dan menyesuaikan strategi pemasaran yang secara *online*.

Berbagai perusahaan menciptakan strategi pemasaran dalam bentuk *e-commerce* dengan segala inovasi teknologi keuangan, layanan keuangan yang memudahkan setiap individu ataupun kelompok bertransaksi. Strategi pemasaran merupakan rencana suatu perusahaan untuk bisa memperkenalkan merek seluas mungkin untuk mencapai target pelanggan dan penjualan. Shopee dan Tokopedia menyediakan berbagai layanan keuangan yang diciptakan untuk memudahkan bertransaksi seperti



Gambar 1. 1

Volume Transaksi Penggunaan Uang Elektronik (2012-Juli 2022)

Sumber : <https://katadata.com/> (Diakses pada Maret 2023)

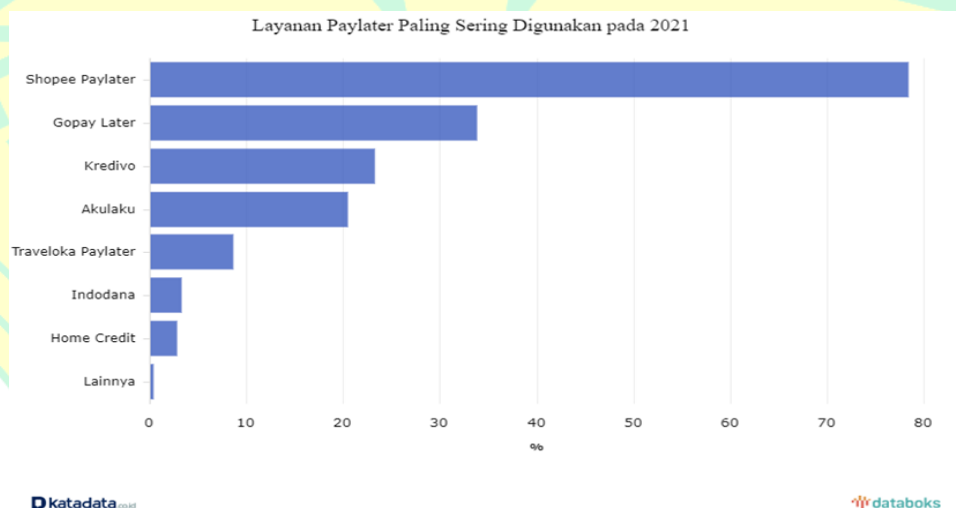
Shoepay, Gopay, transfer Bank, *virtual account*, kartu kredit/debit, *paylater* dan mitra *e-commerce* seperti Alfamart, dan Indomart.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pada saat ini terasa sangat aneh apabila masih ada perusahaan yang masih melakukan pembayaran secara manual. Hal seperti itu sangat beresiko terjadinya kejahatan seperti perampokan. Pembayaran yang dilakukan secara manual beresiko terjadinya penyelewengan dan resiko keamanan Kemenkeu (2021). Budaya penggunaan sistem pembayaran elektronik maupun uang digital harus ditingkatkan oleh perusahaan. Penggunaan sistem pembayaran menggunakan uang digital telah dimulai sejak tahun 2007 pada PT. Telkomsel yang mengeluarkan produk *T-cash*, Indosat dengan Dompotku, yang selanjutnya muncul penyedia layanan uang digital seperti Ovo, Gopay, dan LinkAja. Sistem pembayaran seperti *mobile banking*, *e-money*, *cashless* semakin diadopsi dalam keadaan ekonomi di Indonesia.

Pembayaran *cashless* merupakan pembayaran yang dibayarkan bulan berikutnya biasa disebut juga sebagai *paylater*. *Cashless* merupakan hasil dari perkembangan finansial teknologi yang menghasilkan produk pembayaran yang dapat digunakan masyarakat Indonesia saat ini pembayaran *cashless* dengan menggunakan fitur *paylater* disediakan oleh beberapa aplikasi *e-commerce* di antaranya Link Aja, Shopee, Gojek, Traveloka, dan Akulaku Telkomsel, (2023). Shopee dan Tokopedia *paylater* merupakan bentuk dari *e-wallet* atau dompet digital. *E-wallet* merupakan tempat penyimpanan uang elektronik. Uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur seperti diterbitkan atas dasar

nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan BI (2020) Pada dasarnya dompet digital dan uang elektronik tidak dapat dipegang secara fisik akan tetapi tetap dapat digunakan.

Perkembangan inovasi teknologi memberikan dampak yang signifikan bagi keadaan perekonomian di Indonesia. Dalam sistem pembayaran, perkembangan teknologi semakin mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup, melalui *paylater* sebagai bentuk inovasi keuangan yang telah diadopsi saat ini Tempo.co, (2021). Keberadaan *paylater* hadir di beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia seperti Shopee dan Tokopedia. Keberadaan *paylater* membawa ide kepada



Gambar 1.2

Layanan *Paylater* Yang Paling Sering Digunakan (2021)

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> (2021)

masyarakat dapat memenuhi kebutuhan tanpa perlu menunggu uang yang cukup.

Menurut databoks.katadata.co.id, (2021) Shopee dan Tokopedia (Gopay) *paylater* berada pada posisi teratas layanan *paylater* yang paling sering digunakan pada tahun 2021. Shopee *paylater* menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada 2021 tercatat sebanyak 78,4% pengguna. Tokopedia (Gopay) berada di urutan kedua, tercatat sebanyak 33,8% dan di urutan ketiga ada Kredivo sebanyak 23,2% yang menggunakan fitur *paylater*.

Bagi perusahaan *e-commerce* yang telah menjadi puncak perusahaan tidak mudah menjaga kepercayaan pelanggan di mana semakin banyak kompetitor baru yang terus menyediakan layanan terbaru. Hal ini mempengaruhi kepercayaan pelanggan akan keamanan yang diberikan oleh Shopee dan Tokopedia. Shopee dan Tokopedia merupakan perusahaan berbasis *e-commerce* yang menyediakan berbagai sistem layanan pembayaran baik secara tunai maupun nontunai, *cashless* merupakan sistem yang digunakan oleh *paylater* dimana konsumen dimudahkan melakukan pembayaran tanpa harus memiliki uang yang cukup terlebih dahulu.

Dari data tersebut juga bisa disimpulkan bahwa sekarang sudah banyak yang beralih pembayaran dari tunai menuju pembayaran nontunai seperti *cashless (paylater)* saat ini sudah banyak ditemukan di pinggir jalan pembayaran menggunakan *barcode*, bahkan warung-warung kecil juga

sudah menyediakan pembayaran *online*. Hal ini merupakan sebuah tugas kepada pemerintah dan pengusaha dalam memberikan fasilitas dan rasa aman dalam perkembangan teknologi keuangan. Perubahan perilaku konsumen ini bisa dikaitkan dengan Shopee dan Tokopedia *paylater* dimana telah memunculkan sistem pembayaran *cashless*.

Pada dasarnya semua metode pembayaran dibuat untuk memberikan rasa percaya kepada konsumen menurut Dovitz & Cohen, (2022) manusia akan menunjukkan bagaimana suatu hal dapat dipercaya dan dapat dipilih berdasarkan perantara, memberikan ruang dalam kebijaksanaan dan transparansi. Seorang akan menggunakan teknologi keuangan tersebut jika perusahaan penyedia layanan dapat memberikan kenyamanan keamanan, sebaliknya seseorang tidak akan percaya kepada suatu perusahaan penyedia layanan apabila layanan keuangannya buruk.

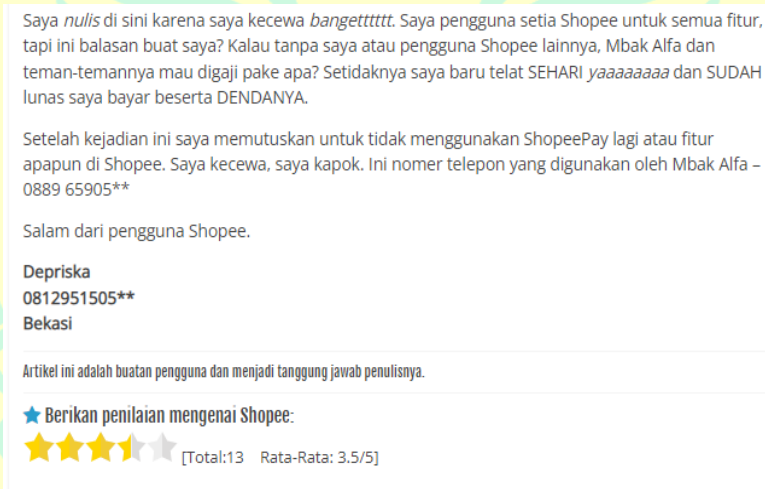
Turban & Lee dalam Dovitz & Cohen (2022) menyebutkan tingkat kepercayaan ditentukan oleh tiga kategori utama yaitu, kepercayaan pedagang internet, saluran belanja, dan jaminan struktural terkait dengan bisnis dan peraturan lingkungan sekitar. Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan melalui belanja *online* menggunakan *paylater* di lingkungan bisnisnya akan mendapatkan kepercayaan pelanggan, dimana pelanggan akan percaya kepada perusahaan yang sudah memiliki nilai yang baik di masyarakat.



Gambar 1. 3

Tangkapan Layar 1 Kekecewaan Cara Penagihan

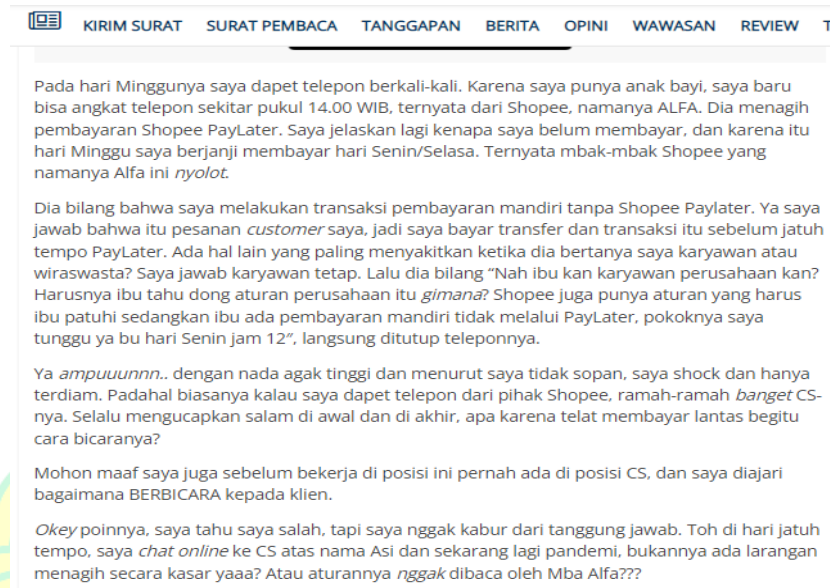
Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)



Gambar 1. 4

Tangkapan Layar 2 Kekecewaan Cara Penagihan

Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)



Gambar 1.5

Tangkapan Layar 3 Kekecewaan Cara Penagihan

Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)

Shopee dan Tokopedia menyadari bahwa ketidakpercayaan pengguna akan selalu ada, hal ini disebabkan terus munculnya kompetitor baru dan perkembangan teknologi keuangan. Kasus yang pernah terjadi terhadap kepercayaan pelanggan pada *paylater* Shopee dan Tokopedia yaitu, pelanggan merasa kecewa karena pelayanan yang buruk dalam melakukan tagihan pembayaran. Pelanggan sudah melakukan penjelasan kepada *customer service* akan tetapi pelayanan yang diberikan buruk dan terkesan merendahkan pelanggan (Mediakonsumen, 2023).

Keluhan Surat Pembaca

Kecewa Fasilitas Shopee Paylater yang Tidak Bisa Digunakan dan Buruknya Penyelesaian Keluhan

3 September 2020 Raden Fanny 2 Komentar Call Center, Customer complaint handling, Customer Service, e-Commerce, Gangguan layanan, Kredit online, Marketplace, PayLater, Shopee, Shopee SPayLater

Ikuti kami di Google Berita

Selamat malam,

Melalui surat ini, saya pemilik akun Shopee: **fannyjulia1** ingin mengadukan buruknya pelayanan Shopee dalam menyelesaikan keluhan saya sebagai customer platinum Shopee karena dari tanggal 25 Agustus 2020 sampai dengan hari ini saya tidak bisa menggunakan Shopee Paylater untuk bertransaksi dengan keterangan ditolak oleh Shopee padahal saya sudah bayar tagihan sebelum *due date*.

Saya komplain setiap hari ke Shopee tetapi selalu diminta *screen shoot* kendalanya padahal sudah saya kirim berkali-kali tapi saya seperti dipermainkan oleh operator Shopee yang berbelit-belit karena meminta ini itu.

Sebelum tanggal 25 Agustus 2020 Shopee Paylater saya ditambahkan limitnya dari 1,1 juta menjadi 2,2 juta padahal sebelumnya bulan April 2020 limit saya diturunkan dari 2,2 juta menjadi 1,1 juta tanpa pemberitahuan dan sekarang dikembalikan limitnya tetapi Shopee Paylater tsb tidak bisa digunakan sama sekali untuk transaksi.

Gambar 1.6

Tangkapan Layar 4 Kekecewaan Fasilitas *Paylater*

Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)

Team dari Shopee yang mem-follow up keluhan saya yaitu a.n. Ilham (team leader inbound), Galuh, dan Revi namun tidak ada solusi sampai saat ini bahkan alasan detail mengapa transaksi pembelian yang saya lakukan dengan Shopee Paylater ditolak juga tidak saya dapatkan kejelasannya.



Gambar 1.7

Tangkapan Layar 5 Kekecewaan Fasilitas *Paylater*

Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)

Saya sebagai customer merasa sangat kecewa dengan fasilitas dan pelayanan Shopee, dan terakhir saya call Shopee terhubung dengan operator a.n. Alexander dan menginfokan bahwa ybs tidak ada akses melihat/cek kendala saya bahkan bicara dengan nada tinggi ke saya.

Semoga artikel yang saya tulis ini dibaca, ditanggapi dan diberikan solusi secepatnya oleh pihak manajemen Shopee terkait keluhan saya tsb. Terima kasih.

Raden Fanny
Jakarta Selatan

Artikel ini adalah buatan pengguna dan menjadi tanggung jawab penulisnya.

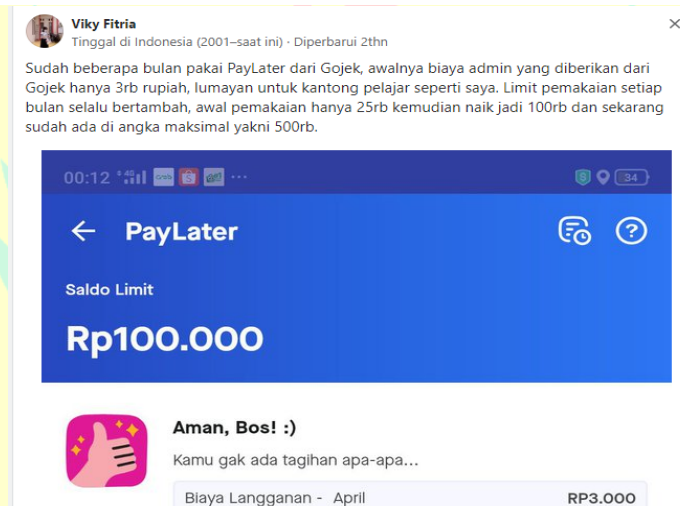
★ Berikan penilaian Anda!

★★★★☆ [Total:22 Rata-Rata: 1.7/5]

Gambar 1. 8

Tangkapan Layar 6 Kekecewaan Fasilitas *Paylater*

Sumber : <https://mediakonsumen.com> (Diakses pada Maret 2023)



Gambar 1. 9

Tangkapan Layar 7 Biaya Layanan Yang Semakin Mahal

Sumber : <https://id.quora.com> (Diakses pada Agustus 2023)

Kasus lain yang dirasakan oleh pelanggan yang dilansir dari Mediakonsumen (2023) adalah mengenai buruknya pelayanan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan sebagai *customer platinum* dimana pelanggan sudah membayar tagihan akan tetapi tidak dapat menggunakan

layanan *paylater*, sudah mengajukan komplain setiap hari tetapi berbelit-belit meminta ini itu tanpa ada tindakan yang jelas dan tidak bisa



Gambar 1. 10

Tangkapan Layar 8 Peretasan Akun Pengguna

Sumber : mediakonsumen.com (Diakses pada Agustus 2023)

menggunakan layanan *paylater* sama sekali untuk bertransaksi.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti memberi judul penelitian ini **“Analisis Kepercayaan Pengguna *Paylater* pada Shopee dan Tokopedia (Survei Dilakukan Kepada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri)**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan maka perumusan masalah dalam penelitian skripsi, sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kepercayaan pelanggan menggunakan *paylater* Shopee dan Tokopedia ?
2. Faktor apa yang dipertimbangkan pelanggan menggunakan *paylater* Shopee dan Tokopedia ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran kepercayaan pelanggan menggunakan *paylater* Shopee dan Tokopedia
2. Untuk mengetahui faktor apa yang dipertimbangkan pelanggan dalam menggunakan *paylater* Shopee dan Tokopedia.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam hal strategi pemasaran dan dapat mengevaluasi sistem khususnya pada pelayanan metode pembayaran *paylater*, yang dapat diambil perusahaan mengenai pengaruh persepsi kepercayaan pada pelanggan.

2. Bagi Penulis

Dapat mengetahui permasalahan penelitian ini mengenai pengaruh yang dapat menentukan sikap pengguna khususnya pada metode pembayaran Shopee dan Tokopedia *paylater* melalui persepsi kepercayaan pelanggan yang dapat menambah pengetahuan baru dan pengembangan penelitian yang sudah ada serta dapat menerapkan teori yang didapatkan selama kuliah terutama pada bidang pemasaran digital dan manajemen.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui pengaruh pengaruh minat penggunaan di bidang pemasaran, khususnya pada metode pembayaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian yang sama.

