

BAB I

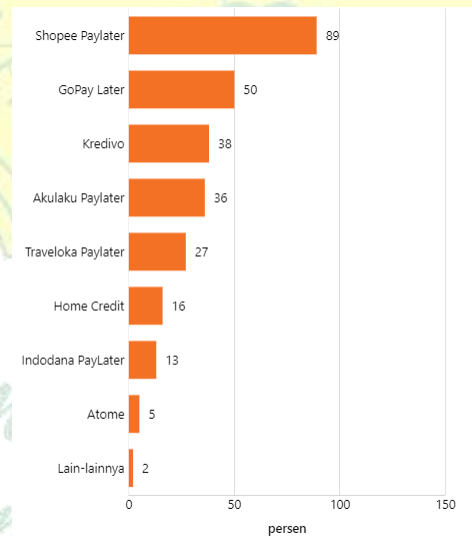
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan untuk memberikan faedah bagi kehidupan manusia. Keberadaan teknologi dewasa ini sangat mempermudah dalam menjalankan pekerjaan, contohnya adalah teknologi informasi yang saat ini banyak digunakan untuk memproses, mengolah data dan menganalisis suatu informasi secara cepat, relevan serta jelas dan akurat (Siregar & Nasution, 2020). Perubahan pada perkembangan teknologi salah satunya dapat membuat bisnis lebih mudah, seperti orang-orang yang awalnya membeli barang melalui *offline* sekarang banyak yang beralih pada toko *online* yang tersedia pada *E-commerce*. Sehingga platform *E-commerce* saat ini banyak bermunculan dan menyediakan berbagai pilihan kebutuhan serta kemudahan saat bertransaksi. Sistem pembayaran yang ditawarkan pun semakin meluas dan menjadi salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Sistem pembayaran yang dahulu hanya menyediakan tunai dan kini didukung oleh sistem digital, menjadi salah satu faktor yang menjamin stabilitas sistem keuangan yang ada.

Financial Technology (Fintech) telah sepenuhnya mengubah pengalaman pembayaran dengan hanya menggunakan handphone. Kehadirannya dapat menciptakan proses transaksi keuangan yang aman dan cepat. Sejak tahun 2017 *financial technology* selalu mendominasi pendanaan *startup* di Indonesia, *financial technology* merupakan sebuah kegiatan meminjamkan uang secara individu maupun melalui bisnis lain melalui sebuah *platform* yang berfungsi sebagai penghubung bagi pemberi pinjaman secara langsung kepada peminjam biasanya berbentuk aplikasi, *website* maupun bersamaan dengan pembayaran yang ada di beberapa *E-commerce*. Beberapa inovasi pun dilakukan *e-commerce* dengan mengusung *Financial Technology* sebagai transaksi pembayarannya berbasis kredit online atau biasa disebut *Paylater* (Panjalu & Mirati, 2022).

Paylater sendiri merupakan metode pembelajaran yang mirip dengan kartu kredit, yang saat ini menjadi alternatif pembayaran yang praktis dan memudahkan bagi para pengguna yang memiliki anggaran yang terbatas. Saat ini metode pembayaran *Paylater* telah disediakan oleh sejumlah platform *e-commerce*. Berdasarkan penelitian perilaku konsumen *E-commerce* Indonesia yang dilakukan oleh Kredivo kemunculan layanan *Paylater* sebagai alternatif pembayaran ini sangat membantu karena menawarkan fleksibilitas pembayaran. Berdasarkan artikel yang dibuat oleh Kumparan Bisnis penggunaan *Paylater* di Indonesia telah mencapai US\$1,5 miliar pada 2022, dan akan terus bertumbuh hingga US\$9,2 miliar pada 2028 (Kredivo & Katadata, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Populix berjudul “*Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption*” Pada bulan Oktober tahun 2023 menyatakan bahwa layanan *Paylater* yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah *Shopee Paylater*, dengan rincian statistika berikut



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Paylater e-commerce* di Indonesia

Sumber : (Populix, 2023)

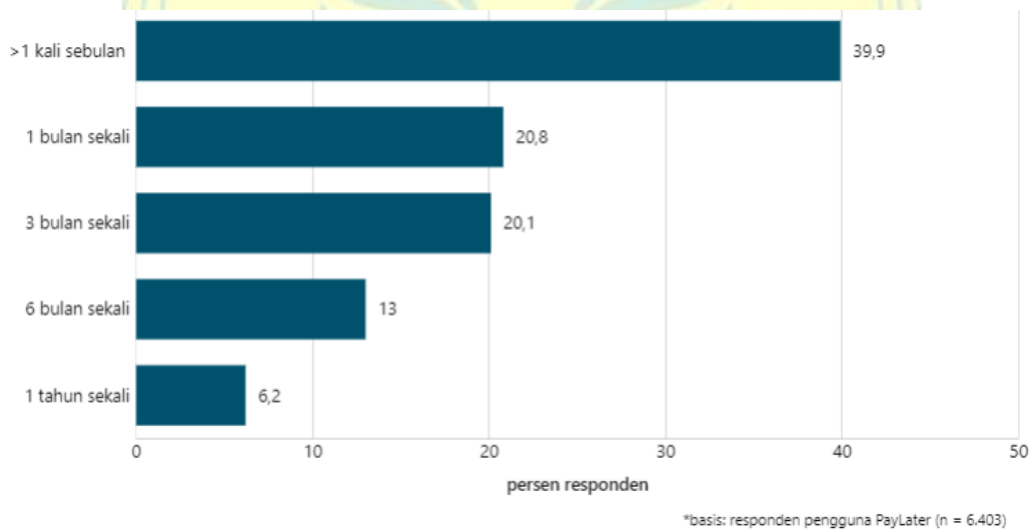
Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 45% responden menyatakan mereka pernah menggunakan *Paylater*, Adapun 77% di antaranya juga menjawab pernah menikmati layanan *Shopee Paylater*. Berdasarkan gambar di urutan kedua ada

GoPaylater yang dikenali oleh 50% responden, selanjutnya ada *Kredivo* dan *Akulaku Paylater*. *Survey* ini dilakukan pada tanggal 15-18 September tahun 2023 dengan total responden sebanyak 1.017 yang tersebar di seluruh Indonesia. Di isi dengan mayoritas responden yang berada di Pulau Jawa (79%), posisi kedua Pulau Sumatra (12%), dan pulau-pulau lainnya sebesar (9%). Dengan rincian usia responden didominasi oleh kelompok usia 17-25 tahun 55% dan usia 26-35 tahun (31%) dengan persentase pengguna *Paylater* melibatkan 555 responden yang pernah menggunakan *Paylater*.

Shopee sendiri merupakan sebuah *e-commerce* yang menyediakan berbagai macam kebutuhan dan produk alat rumah tangga, pakaian, barang elektronik dan kebutuhan lainnya. Salah satu pembayaran digital yang dimiliki shopee adalah fitur pembayaran *Paylater* yang dinamakan “Shopee *Paylater*.” Fitur cicilan tanpa kartu kredit ini menjadi tren yang cukup pesat sejak tahun 2017 dimana tahun dikembangkannya fitur tersebut di *e-commerce* Shopee. Metode pembayaran ini memudahkan pelanggan untuk mencicil pembayaran dari belanja dengan tenor yang telah ditentukan tanpa harus menggunakan kartu kredit, dengan tujuan untuk memudahkan dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam POJK No. 77/2016, jasa *paylater* diberikan oleh Shopee yang berguna sebagai strategi cicilan pada saat melakukan pembayaran dalam berbelanja *e-commerce* dan menyebabkan Shopee selangkah lebih unggul dibandingkan kompetitornya pada saat itu. Tenor yang diberikan pun beragam mulai dari 1 - 12 bulan yang bisa digunakan untuk berbelanja di aplikasi Shopee dengan suku bunga mulai dari 0% sampai dengan 2,95%. Untuk mendapatkan fitur tersebut ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelanggan diantaranya adalah memiliki akun Shopee yang sudah diverifikasi menggunakan KTP, menggunakan aplikasi Shopee lebih dari 3 bulan, aplikasi sering digunakan untuk bertransaksi berbelanja setidaknya 5x dalam kurun waktu berdekatan, dan harus menggunakan versi terupdate. Dokumen yang menjadi syarat wajib lainnya adalah pengguna harus setidaknya berusia 21 tahun dan memberikan data-data pribadinya, seperti SIM, NPWP, Slip Gaji dan dokumen pendukung lainnya yang bisa meyakinkan bahwa calon pengguna nantinya bisa membayar Kembali uang yang akan dipinjamkan. Limit pinjaman juga berkisar

antara Rp700,000,00 sampai dengan Rp30,000,000,00. Jika dirasa telah memenuhi semua persyaratan, maka pengguna bisa mencoba untuk transaksi pembelian dengan batasan limit yang diberikan untuk pemula. Layanan Shopee *Paylater* ini berada di bawah naungan perusahaan *peer to peer lending* yaitu PT. *Commerce Finance* yang juga telah resmi mengantongi surat tanda terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang termasuk dalam syarat landasan hukum bagi pelaksanaan Lembaga ataupun perusahaan pembiayaan itu sendiri.

Adapun pola konsumsi masyarakat Indonesia yang cenderung sangat statis dan ingin praktis ini merupakan salah satu faktor untuk menggunakan *SPaylater* sebagai kemudahan alat pembayarannya. Hal ini dibuktikan oleh Kredivo bersama dengan *katadata Insight Center* (KIC) yang melakukan survey untuk melihat tren penggunaan *Paylater* di Indonesia, dengan hasil survey sebagai berikut



Gambar 1.2 Survey Penggunaan *Paylater* Di Indonesia

Sumber : (Kredivo, 2023)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada bulan Maret 2023, menyatakan hasil bahwa sekitar 6.403 orang pengguna *Paylater* yang disurvei, Mayoritas atau 39,9% menggunakan layanan tersebut lebih dari 1 kali dalam sebulan. Survey ini juga membuktikan bahwa konsumen yang menggunakan *Paylater* selama lebih dari 1 tahun meningkat dari 55% menjadi 78,6%.

PT. Pefindo Biro Kredit (*ID Score*) pada tahun 2023 mencatat bahwa pengguna layanan *Paylater* didominasi oleh generasi milenial (1981-1996) Kemudian disusul dengan generasi Z (1997-2012). Mayoritas pengguna *Paylater* memiliki cicilan *Paylater* kurang dari Rp1.000.000 per bulan. Nominasi terbesar transaksi *Paylater* pernah mereka lakukan juga kurang dari Rp1.000.000 menurut 75 responden. Awal tahun ini Otoritas Jasa keuangan (OJK) mencatat *Outstanding* piutang pembiayaan Perusahaan *Paylater* mencapai Rp6,13 triliun per Maret 2024. Angka tersebut meningkat 23,90% secara tahunan jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Adapun OJK mencatat piutang pembiayaan perusahaan Multifinance sebesar Rp488,52 triliun pada Maret 2024. Nilai tersebut tumbuh sebesar 12,17% secara tahunan Sementara itu pada bulan Februari 2024, piutang pembiayaan perusahaan Multifinance tumbuh sebesar 11,73% dengan nilai triliun Rp478,69 triliun. Menanggapi hal tersebut, Deputy Komisioner Pengawasan Lembaga Pembiayaan Perusahaan Modal Ventura, Lembaga Keuangan Mikro dan Lembaga Jasa Keuangan Lainnya OJK yaitu Jasmi mengatakan bahwa kini pihaknya Tengah mengkaji untuk Menyusun aturan layanan *Paylater* khususnya untuk generasi muda apakah dialamnya memerlukan penyusunan peraturan yang spesifik yang secara khusus atau bersifat umum lainnya.

Perilaku konsumtif yang marak terjadi di kalangan Gen z dan Milenial inilah yang dapat mempengaruhi pentingnya literasi keuangan dan kebijakan diri dalam menggunakan layanan pembayaran khususnya layanan *Paylater*. Keputusan dalam mengelola keuangan yang baik sangat penting demi kehidupan yang sejahtera dan salah satunya dapat dicapai dengan cara mengetahui literasi keuangan yang baik. Penelitian yang dilakukan oleh Prayusi & Ingriyani, (2021) dimana melakukan wawancara kepada delapan mahasiswa di Politeknik Negeri Jakarta yang pernah memakai layanan *spaylater*; mereka mengaku bahwa penggunaan *Paylater* sangat aman karena diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Namun sebanyak tiga mahasiswa mengaku kapok untuk menggunakan fasilitas ini karena risiko bunga yang ada, selain itu beberapa masih bergantung finansialnya terhadap orang tua mereka dan bahkan belum memiliki penghasilan sendiri, dengan kesimpulan didapat ialah belum semuanya pengguna dari layanan ini memahami sepenuhnya

akibat lain dari penyalahgunaan data dan mungkin risiko terjadinya gagal pembayaran dan mengakibatkan piutang yang tak terhingga. Maka dari itu agar individu dapat mengelola dananya secara efisien, mereka harus memiliki literasi keuangan yang baik.

Selain pentingnya pemahaman literasi keuangan, dalam menggunakan metode pembayaran *Paylater* ini tentunya juga ada beberapa kekurangannya. Diantara-Nya adalah mengenai kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian jika menggunakan pembayaran *spaylater*. Saat ini tidak sedikit orang yang merasa tertipu dengan berbelanja secara online, terutama dalam penggunaan transaksi belanja dan pinjaman di media online. Faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian adalah sebuah kemudahan dalam prosesnya ataupun dalam penggunaannya. Kemudahan ini sangat berdampak pada kelakuan seseorang dalam memanfaatkan teknologi karena semakin besar kepercayaan seseorang terhadap suatu produk ataupun fasilitas maka cenderung mempermudah mereka untuk mengaksesnya juga (Aisah, 2022). Selain itu persepsi risiko juga dapat memicu konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, Persepsi risiko dapat menumbuhkan rasa kekhawatiran seorang individu yang tidak dapat diprediksi diawal dan bisa terjadi pada siapaun dalam menggunakan suatu layanan yang ada. Persepsi risiko juga menjadi faktor penentu dari minat seseorang untuk menggunakan kembali layanan atau fasilitas terutama layanan *Paylater* ini. Jika seseorang memiliki respons positif ataupun negatif terhadap suatu layanan hal itu akan mempengaruhi sikap penggunaan seseorang dalam menggunakan ulang layanan *Paylater*.

Penelitian yang dilakukan oleh Musanna, (2022) berpendapat jika berbelanja online juga dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor pendukung diantaranya ialah kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Sebanyak 77 orang dengan persentase 81,05% menyatakan bahwa mereka senang melakukan transaksi online dikarenakan kemudahan mengakses fitur atau layanan sehingga mereka berencana untuk menggunakan fasilitas tersebut. Hal ini juga membuktikan bahwa sistem *Paylater* sangat diterima baik oleh masyarakat jika dilihat dari kemudahan, kebermanfaatan dan pemahaman mereka mengenai literasi keuangan, tetapi juga

dapat menyebabkan beberapa keraguan dan risiko yang mungkin saja dapat dialami oleh sebagian orang. Karena berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Pamungkas, (2022) bahwa literasi keuangan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Behaviour* dan *Intention to Use*, ada beberapa kesenjangan penelitian yang ditemukan seperti tidak adanya variabel resiko yang tentunya sangat diperhatikan. Salah satunya adalah ketergantungan pada utang, karena jika seseorang terbiasa untuk menggunakan layanan *Paylater* sebagai alat pembayaran untuk memenuhi kebutuhannya, terutama bila tidak dikelola dengan bijak, maka dapat menyebabkan akumulasi utang yang signifikan. Hal ini juga dapat mempengaruhi keuangan pribadi dan menyulitkan dalam melunasi utang yang ada.

Resiko dalam pengelolaan uang yang buruk nantinya dapat mempengaruhi dalam mengatur anggaran secara efektif dan mengendalikan kebiasaan pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari. Jika seseorang sudah terjebak dalam siklus utang yang berkelanjutan dan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka secara keseluruhan. Maka efek ini akan mempengaruhi penggunaan layanan *Paylater* yang dimana akan berdampak negatif pada kesejahteraan finansial penggunanya. Oleh karena itu penting bagi pengguna layanan *Paylater* untuk memahami risiko yang terkait dengannya. Mengelola utang dengan bijaksana dan menggunakan layanan tersebut dengan bijak dan sesuai dengan kemampuan untuk membayar. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Ulang *Paylater* Pada Generasi Z dan Milenial.”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, variabel yang akan menjadi inti penelitian adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, *Financial Literacy*, *Attitude Toward Using* dan *Intention to Reuse*. Sehingga peneliti memutuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Usefulness* mempengaruhi *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
3. Apakah *Perceived Risk* dapat mempengaruhi *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
4. Apakah *Financial Literacy* dapat mempengaruhi *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
5. Apakah *Perceived Usefulness* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
6. Apakah *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
7. Apakah *Perceived Risk* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
8. Apakah *Attitude Toward Using Paylater* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?
9. Apakah *Perceived Usefulness* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* melalui *Attitude Toward Using* pada generasi Z dan generasi milenial?
10. Apakah *Financial Literacy* dapat mempengaruhi *Intention to Reuse Paylater* melalui *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan pertanyaan penelitian yang sudah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
2. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial

3. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Risk* terhadap *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
4. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Financial Literacy* terhadap *Attitude Toward Using Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
5. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
6. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
7. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Risk* terhadap *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
8. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara attitude toward terhadap *Intention to Reuse Paylater* pada generasi Z dan generasi milenial
9. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Reuse Paylater* melalui *Attitude Toward Using* pada generasi Z dan generasi milenial
10. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Financial Literacy* terhadap *Intention to Reuse Paylater* melalui *Attitude Toward Behaviour* pada generasi Z dan generasi milenial

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini untuk memberikan pengetahuan baru di bidang bisnis digital khususnya hal-hal yang berkaitan dengan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, *Financial Literacy*, *Intention to Reuse* dan *Attitude Toward Using* dalam menggunakan *Paylater*
- 2) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada para penyedia fitur layanan *Paylater* khususnya Shopee agar dapat meningkatkan kualitas layanan, keamanan dan kebermanfaatan dalam menggunakan *Paylater*
- 3) Bagi Universitas Negeri Jakarta, sebagai bahan acuan dan juga rujukan mahasiswa dalam beberapa tahun ke depan dan dapat juga ditambahkan pada jurnal ilmiah perpustakaan Universitas Negeri Jakarta. Selain ini, hasil penelitian ini semoga dapat digunakan di masa yang akan datang

- 4) Bagi Pembaca, sebagai sumber pengetahuan dan wawasan baru bagi pembaca. Selanjutnya, temuan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pembaca atau peneliti selanjutnya terutama dalam pembahasan tentang *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Financial Literacy, Intention to Reuse* dan *Attitude Toward Using* dalam menggunakan *Paylater*



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*