

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Pendahuluan

Dunia teknologi digital saat ini memiliki perkembangan yang luas, dalam aspek kegiatan seseorang dapat diakses secara digital mulai dari berbelanja, transportasi, pariwisata, donasi, pendidikan dan kegiatan ekonomi lainnya (Aulia et al, 2020). Perkembangan teknologi memiliki inovasi – inovasi di berbagai bidang, salah satunya adalah inovasi dalam pelayanan jasa keuangan berbasis digital atau yang dikenal dengan *financial teknologi (fintech)*. Di era digitalisasi terutama di Indonesia, *fintech* memudahkan para pengguna aplikasi berbasis digital untuk melakukan berbagai aktivitas menjadi berkembang pesat. *Fintech (Financial Technology)* adalah bisnis keuangan digital yang menyediakan jasa keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak dan teknologi modern. Bidang yang bergerak dalam *fintech* berupa pembayaran, investasi, pembiayaan, dan riset keuangan.

Sukma, (2016) menjelaskan mengenai istilah yang dipergunakan dalam penyebutan suatu inovasi teknologi keuangan di bidang jasa yaitu dari kata *financial* dan *technology (fintech)* yang merujuk pada teknologi modern. Akses terhadap produk dan layanan terhadap finansial menjadi terjangkau, biaya yang berkaitan dengan hal tersebut menjadi rendah terutama bagi pelanggan yang tinggal di lokasi dengan kurangnya penerapan struktur ekonomi modern. Adanya jasa layanan *fintech* dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Perkembangan *fintech* melalui terobosan teknologi, segala transaksi keuangan dapat dilakukan secara praktis, mudah, dan efektif.

Di era teknologi saat ini, sistem pembayaran berbasis digital di Indonesia berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Pembayaran berbasis digital memberikan kemudahan bagi masyarakat karena penggunaannya sangat efektif dan efisien. Selain itu, hadirnya elektronik seperti handphone atau telepon seluler yang membuat layanan mobile khususnya pembayaran digital semakin berkembang dan menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat saat ini (Taurani, 2022). Di Indonesia, sistem pembayaran digital dari tahun ke

tahun semakin berkembang. Tidak semua masyarakat Indonesia membayar menggunakan payment digital, namun penggunaan sistem m-payment dapat di prediksi akan meningkat begitu pesat di tahun yang akan mendatang.

Shopee merupakan salah satu platform berbasis belanja online terbesar di Indonesia yang dimiliki oleh salah satu perusahaan terbesar yaitu PT. Airpay International Indonesia yang berdiri sejak tahun 2015. Menurut Mutambayashata (2018), sistem pembayaran digital terbukti sebagai metode pemabayaran yang mampu diterima oleh konsumen individu di seluruh dunia dengan baik. Salah satu pembayaran digital yang memberikan fitur bayar nanti yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia yaitu Shopee Paylater. Shopee Paylater merupakan sebuah fitur dari platform Shopee yang berfungsi sebagai metode pembayaran dengan sistem bayar nanti. Berdasarkan data informasi yang diperoleh dari Iprice 2022, Shopee menjadi Platform yang sering dikunjungi di sepanjang tahun 2022 mengalahkan Lazada dan Tokopedia dengan jumlah pengunjung mencapai 421 juta jiwa. Selain banyak diminati di Indonesia, beberapa negara di bagian Asia Tenggara (Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, dan Vietnam) menggunakan aplikasi Shopee. Selain itu, Shopee menjalin kerja sama dengan perusahaan *peer-to-peer* (P2P) lending PT. Lentera Dana Nusantara (LDN) untuk layanan Shopee *Paylater* (Iprice, 2022). Jumlah pengunjung pengguna Shopee dengan hasil perbandingan sebagai berikut:

Ranking	Platform	Pengunjung (Miliar)	Rating Pengguna	Rating Penjual	Penjualan (Miliar)	Penjualan (Miliar)	Penjualan (Miliar)	Penjualan (Miliar)
1	Tokopedia	108,246,007	4.2	4.1	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000
2	Shopee	141,270,000	4.1	4.0	1,800,000	2,700,000	25,770,000	6,781
3	Blibli	11,736,000	4.0	4.0	1,200,000	2,200,000	2,200,000	2,502
4	Lazada	16,440,000	4.0	4.0	1,100,000	2,200,000	22,127,000	1,506
5	Bukalapak	27,200,000	4.0	4.0	2,300	2,110,000	2,300,000	2,102

Gambar 1 1
Rating Pengguna Platform E-Commerce Tahun 2022

Sumber : (IPrice, 2022)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, Shopee menempati peringkat kedua sebagai alat yang sering diunduh dalam aplikasi Appstor dan Playstore. Terdapat peringkat pertama juga di

berbagai media sosial dengan jumlah pengunjung masing – masing: Twitter (842 ribu), Instagram (8,7 juta), dan Facebook (25 juta) pengikut. Jumlah karyawan pada Shopee sebanyak 6.781 jiwa. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang paling terkenal di tahun 2022.



Literasi keuangan sebagai pondasi skala prioritas dalam mengelola keuangan yang ada. Literasi keuangan merupakan bagian dari proses pembelajaran dalam mengelola keuangan dan rencana investasi dengan menerapkan kebijakan sehari – hari agar lebih teratur dan disiplin (Putri dan Henny, 2017). Literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan pendapatan informasi keuangan oleh mahasiswa. Hal tersebut didapat dari edukasi yang dilakukan oleh berbagai pihak, dengan pendidikan nonformal atau formal oleh lembaga keuangan. Lembaga keuangan disebut juga dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pada tahun 2013, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berkesempatan melakukan edukasi terhadap masyarakat atau mahasiswa tentang peningkatan pemahaman terkait pendanaan keuangan. Data survei yang di keluarkan oleh OJK, data tersebut mendapatkan hasil bahwa 21,84% masyarakat termasuk ke dalam bagian pandai akan pengetahuan (well literate), 75,69% cukup dalam pengetahuan (Sufficient Literate), 2,06% tergolong kurang dalam pengetahuan (less literate), dan 0,14% masuk ke bagian tidak tahu tentang pengetahuan (not literate), (accurate.id). Dalam hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat

sudah dinilai cukup tahu untuk dapat menggunakan fitur, risiko dan hak kewajiban menggunakan pengetahuan yang terkait pemahaman pendanaan jasa keuangan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari berita kompas 13 Juli 2021 (2022) shopee mengalami gangguan jaringan, banyak keluhan dari pengguna shopee ketika kesulitan melakukan masuk akun (login), mencari barang yang di butuhkan, melakukan pembelian (check-out) barang, dan saat bertransaksi. Gangguan tersebut dialami tidak hanya di kalangan Indonesia saja, melainkan negara – negara lain juga ikut merasakan dampaknya. Negara tersebut diantaranya seperti Malaysia, Philipina, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Brazil. Sebagai salah satu aplikasi *fintech payment*, penggunaan Shopee Paylater dipengaruhi terhadap risiko. Menurut Nizar (2020) Faktor risiko adalah ketidakpastian yang dapat menimbulkan kerugian kepada pihak pengguna. Risiko yang umum dirasakan pengguna adalah risiko kejahatan atau cyber risk. Kejahatan tersebut dapat mengancam konsumen setiap melakukan proses transaksi, keamanan data pribadi setiap pengguna juga tidak jauh dari ancaman kejahatan ini (Aini, 2020).

Minat terhadap penelitian ini berfokus pada penggunaan sistem layanan Shopee Paylater. Minat merupakan dorongan dari seseorang terhadap penggunaan Shopee Paylater secara sukarela atau tanpa paksaan. Selain itu, minat pengguna terhadap Shopee Paylater akan memberikan fasilitas serta manfaat dari fitur yang tersedia di platform tersebut. Minat adalah saat seseorang memperhatikan sesuatu yang bermanfaat dan minat menggunakan suatu produk tertentu mengakibatkan seseorang ingin memilikinya (Permadi dan Rinuastuti, 2020).

Fintech (Financial Technology) adalah bisnis keuangan digital yang menyediakan jasa keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak dan teknologi modern. Bidang yang bergerak dalam fintech berupa pembayaran, investasi, pembiayaan dan riset keuangan. Akses terhadap produk dan layanan terhadap finansial menjadi terjangkau, biaya yang berkaitan dengan hal tersebut menjadi rendah, terutama bagi pelanggan yang tinggal di lokasi dengan kurangnya penerapan struktur ekonomi modern. Adanya jasa layanan fintech dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Perkembangan fintech melalui terobosan teknologi, segala transaksi keuangan dapat dilakukan secara praktis, mudah, dan efektif. Berdasarkan surat edaran Bank Indonesia (BI) No.18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan

Layanan Keuangan Digital (LKD) menerangkan bahwa setiap kegiatan layanan keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis mobile maupun berbasis web dalam kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja sama terhadap pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif (Bank. Indonesia, 2016).

Salah satu fenomena yang sedang terjadi di lingkungan kampus Universitas Amikom Yogyakarta terkait dengan penggunaan Shopee Paylater yakni seorang mahasiswa berinisial BB melakukan aksi penipuan terhadap instansi Universitas Amikom Yogyakarta melalui perantara media *platform* whatsapp. Hal tersebut menyebabkan korban percaya dan bersedia mengirimkan limit *pinjam* melalui Shopee Paylater. Aksi berlangsung selama satu tahun dan menyebar dari dalam lingkungan kampus pada akhir tahun 2022. Mirisnya, pelaku tidak hanya berkutik dalam fitur *paylater* tetapi juga terdapat fakta – fakta yang lain yaitu penipuan sewa elektronik berupa laptop yang berujung di *pegadaian* dengan sesuatu yang dijanjikan berupa penipuan "ekonimu kreatif" ternyata menjadi objek pelatihan kreatifitas pengelabuan kreatif. (@bemamikomyk, 2023). Dalam hal tersebut, faktor kepercayaan berperan penting dalam pengguna dan pengelolaan aplikasi *fintech* yang dilakukan secara jarak jauh.

Pada pengamatan awal telah dilaksanakan peneliti, banyaknya Mahasiswa aktif Universitas Amikom Yogyakarta yang menggunakan sistem pembayaran Shopee *Paylater* pada marketplace Shopee. Dikarenakan *platform* tersebut memudahkan para pengguna khususnya mahasiswa untuk melakukan registrasi pendaftaran Shopee Paylater. Menurut Priyono (2017) kepercayaan mempunyai pengaruh negatif terhadap minat menggunakan e payment go-pay. Menurut (Sanoesi & Setiawan., 2022) Kepercayaan merupakan faktor informasi yang bersumber dari individu dan kelompok. Diantaranya yaitu sifat, kemampuan, kebaikan dan kejujuran. Pada tahun 2021, terdapat berita tentang salah satu pengguna Shopee Paylater. Pengguna memanfaatkan fitur layanan Shopee Paylater untuk modal Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) miliknya. Oleh karena itu, fitur layanan tersebut sangat berguna dengan memiliki modal kecil dan keuangan yang stabil. Shopee *paylater* juga memiliki faktor kemudahan. Menurut fauzi (2021) Faktor kemudahan dapat diartikan bahwa sistem atau teknologi modern dapat digunakan dengan pelayanan mudah, dapat dipahami. Presepsi tersebut juga didefinisikan seseorang dapat percaya dengan menggunakan menggunakan teknologi akan bebas dari usaha.

Pada berbagai penelitian yang di riset sebelumnya, ditemukan penelitian yang tidak konsisten. Hasil penelitian Mulagirl et al (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech payment*. Hasil penelitian Mudrikah (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran *shopee paylater*, sedangkan hasil penelitian (Fattah, Indriayu, 2018) menyatakan bahwa literasi keuangan berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Karanganyar. Hasil penelitian (Nasir, 2021) menyatakan bahwa pengaruh faktor risiko berdampak positif signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Hasil penelitian (Mahardika et al., 2021) menyatakan bahwa faktor risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*, sedangkan hasil penelitian (Siswanti, 2022) menyatakan pengaruh faktor risiko berdampak negatif terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Selanjutnya, hasil penelitian (Mahardika et al., 2021) menyatakan bahwa pengaruh faktor kemudahan berdampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Hasil penelitian (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa pengaruh faktor kemudahan berdampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*, sedangkan hasil penelitian (Asja et al., 2021) menyatakan faktor kemudahan berdampak negatif terhadap minat menggunakan *fintech payment*.

Hasil penelitian (Rodiah & Melati, 2020) menyatakan bahwa faktor kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Hasil penelitian Denny Ariza (2021) menyatakan bahwa faktor kepercayaan berdampak positif terhadap minat individu menggunakan *Go-Pay*, sedangkan penelitian Aknes Novianti (2021) menyatakan bahwa faktor kepercayaan berdampak negatif terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Serta masih ada hasil penelitian Hasanah et al (2021) menyatakan bahwa faktor manfaat berdampak positif signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Hasil penelitian Hendrik Agil Saputra (2022) menyatakan bahwa faktor manfaat berdampak positif terhadap gaya konsumtif pengguna *shopee paylater*.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Amikom Yogyakarta pada seluruh mahasiswa yang menggunakan *shopee paylater*. Hal tersebut sebagai kebaruan penelitian sebelumnya. Dari latar belakang tersebut peneliti mengambil dalam bentuk skripsi yang

berjudul “**Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Payment Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Strata I Universitas Amikom Yogyakarta)**”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang di atas, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan untuk dapat melihat upaya meningkatkan kualitas dalam teknologi *payment shopee paylater* yang terdapat pada Mahasiswa program strata I Universitas Amikom Yogyakarta sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?
2. Apakah faktor risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?
3. Apakah faktor kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?
4. Apakah faktor kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?
5. Apakah faktor manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?
6. Apakah faktor literasi keuangan, faktor risiko, faktor kemudahan, faktor kepercayaan, dan faktor manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti memiliki tujuan terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater* yang dilaksanakan di kalangan Mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta adalah sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*.
2. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh faktor risiko terhadap minat

menggunakan *payment shopee paylater*.

3. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh faktor kemudahan terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*.
4. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh faktor kepercayaan terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*.
5. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh faktor manfaat terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*.
6. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan, faktor risiko, faktor kemudahan, faktor kepercayaan, dan faktor manfaat terhadap minat menggunakan *payment shopee paylater*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan untuk penelitian ini adalah:

1. Untuk dijadikan sebagai salah satu acuan dalam penelitian, menjadikan evaluasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak perusahaan shopee dalam meningkatkan pelayanan yang terdapat di fitur *paylater*.
3. Memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi mahasiswa khususnya dalam bidang *fintech*.

Manfaat bagi perusahaan :

1. Sebagai bahan pertimbangan dalam memaksimalkan fitur – fitur aplikasi shopee *paylater*.
2. Dapat menarik generasi milenial untuk menggunakan aplikasi shopee *paylater* sebagai wadah pembayaran digital
3. Dapat meningkatkan kualitas aplikasi dimasa yang akan datang.

Manfaat bagi masyarakat :

1. Dengan perkembangan *fintech* di Indonesia melalui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi shopee *paylater* dapat memberikan pengetahuan terhadap perilaku

konsumtif.

2. Mempermudah masyarakat dalam pembelian suatu barang dengan harga murah.
3. Mempermudah masyarakat melakukan transaksi pembayaran dimana dan saja dengan penggunaan sistem digital.

