

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di dunia telah mengubah cara manusia dalam berkegiatan. Pada zaman sekarang, banyak kegiatan yang sudah menggunakan teknologi digital untuk membantu mempermudah manusia. Perkembangan teknologi yang pesat memberi kesempatan pada bidang perekonomian untuk menciptakan inovasi yang mempermudah dalam bertransaksi, seperti contohnya ialah munculnya *Financial Technology (Fintechnews.Indonesia)*.

Financial Technology (Fintechnews.Indonesia) merupakan hasil dari penggabungan jasa keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Sistem pembayaran yang awalnya tatap muka dengan membawa uang kas/tunai, kini dapat dilakukan dengan jarak jauh dalam hitungan detik saja (bi.go.id 2018).

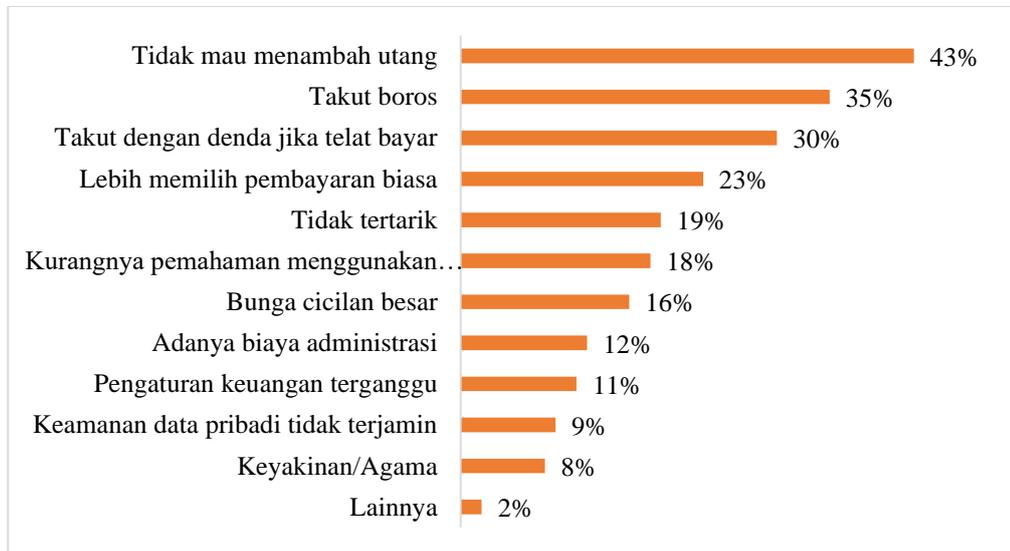
Salah satu jenis *Fintech* yang berkembang di Indonesia dan memberikan solusi finansial bagi masyarakat ialah *Buy Now, Pay Later (BNPL)* atau sering disebut *Paylater*. *Paylater* merupakan sistem pembayaran yang menawarkan solusi yang memungkinkan pelanggan melakukan pembayaran di kemudian hari tanpa kartu kredit dalam batas waktu tertentu. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Paylater* merupakan istilah pada transaksi pembiayaan barang atau jasa, yang mana institusi yang menyediakan layanan akan memberikan talangan kepada peminjam untuk membayar transaksi pembelian barang atau jasa yang dibutuhkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* bekerjasama dengan Kredivo memaparkan beberapa alasan konsumen menggunakan sistem pembayaran Paylater. Tiga alasan utama konsumen yang menggunakan *Paylater* ialah dapat memenuhi kebutuhan ketika tidak memiliki dana yang cukup, yaitu senilai 72%. Alasan selanjutnya ialah sebagai alternatif pilihan pembayaran cicilan selain kartu kredit sebesar 65% dan fleksibilitas dengan pembayaran cicilan sebesar 56%. Selain itu, salah satu alasan konsumen menggunakan sistem pembayaran *Paylater* ialah bunga yang rendah (Katadata *Insight Center*, 2022).

Sistem pembayaran *Paylater* digunakan oleh berbagai *E-Commerce* seperti Shopee, Traveloka, Gojek dan lainnya. Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) bekerja sama dengan Kredivo yang dirilis pada tahun 2022, 90% konsumen telah mengetahui sistem pembayaran *Paylater* sebagai salah satu metode pembayaran namun sebanyak 60% konsumen belum menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dalam satu tahun terakhir (Katadata *Insight Center* 2022) (Katadata *Insight Center* 2022). Berikut adalah alasan konsumen belum menggunakan *Paylater*:



Gambar 1.1 Grafik Beberapa alasan konsumen belum menggunakan *Paylater*



Sumber : Laporan Perilaku Konsumen *E-Commerce* Indonesia, Kredivo, Katadata

Insight Center (2022)

Konsumen yang belum menggunakan sistem pembayaran *Paylater* memiliki beberapa alasan yaitu, tidak ingin menambah hutang sebesar 43%, takut boros sebesar 35%, takut dengan denda jika telat bayar sebesar 30%, dan lainnya. Sebesar 18% konsumen belum menggunakan sistem pembayaran *Paylater* karena kurangnya pemahaman menggunakan *Paylater*. Sebanyak 16% konsumen belum menggunakan sistem pembayaran *Paylater* karena bunga cicilan yang besar (Katadata *Insight Center* 2022). Hal ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya bunga cicilan menjadi salah satu faktor penentu konsumen untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem pembayaran *Paylater*. Namun demikian, alasan konsumen tidak menggunakan sistem pembayaran *Paylater* kurang dari 50% atau kurang dari setengah, yang artinya lebih banyak konsumen yang tidak memikirkan alasan-alasan tersebut untuk menggunakan sistem pembayaran *Paylater*.

Saat ini, literasi keuangan digital bukan lagi menjadi kebutuhan saja, melainkan sudah menjadi gaya hidup di era Revolusi Industri ini ((OJK) 2022). Ketersediaan produk dan layanan digital seharusnya dapat meningkatkan literasi keuangan digital secara tidak langsung. Literasi keuangan digital merupakan kombinasi dari literasi keuangan dan literasi digital, termasuk pengetahuan mengenai keuangan secara dasar maupun keterampilan digital dasar (Lyons and Kass-Hanna 2021).

Persepsi risiko merupakan hal yang penting bagi konsumen sebelum melakukan transaksi agar dapat meminimalisir kerugian yang mungkin akan diterima di masa yang akan datang (Rista 2021). Adanya persepsi risiko menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk menggunakan *Paylater*. Berdasarkan grafik yang sebelumnya, ada beberapa risiko yang ditakuti oleh konsumen jika menggunakan *Paylater*. Salah satu faktor dengan persentase tertinggi ialah keamanan data pribadi tidak terjamin sehingga penyedia *Paylater* bisa saja menggunakan data pribadi untuk keperluan lainnya. Selain itu, tingkat bunga yang naik turun, denda keterlambatan membayar juga menjadi risiko yang patut diperhatikan. *Paylater* dapat memicu konsumen menjadi lebih konsumtif dan bahkan ketergantungan (Fauzie 2021).

Beberapa keunggulan dalam menggunakan sistem pembayaran *Paylater* berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Kredivo yang bekerjasama dengan Katadata *Insight Center* pada 2022 menyatakan bahwa sebagian besar konsumen menggunakan sistem pembayaran *Paylater* untuk memenuhi kebutuhan saat tidak

memiliki dana yang cukup dan keunggulan dari sistem pembayaran *Paylater* yaitu alternatif pilihan pembayaran cicilan selain kartu kredit.

Motivasi konsumen untuk berbelanja pada *e-commerce* juga menjadi salah satu faktor konsumen akan menggunakan *Paylater*. Motivasi konsumen diklasifikasikan menjadi dua yaitu *Utilitarian Motivation* dan *Hedonic Motivation*. *Hedonic Motivation* didasarkan pada nilai yang lebih spontan sedangkan *Utilitarian Motivation* didasarkan oleh nilai yang lebih sadar (Elisa, Armin et al. 2019).

Utilitarian Motivation merupakan motivasi belanja yang lebih mengutamakan manfaat dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan (Babin, Darden et al. 1994). Dimensi *Utilitarian Motivation* ada dua yaitu *efficiency* dan *achievement* (Kim 2006). *Efficiency* mengacu pada penghematan waktu dan sumber daya ketika berbelanja, dan *achievement* mengacu pada pencapaian belanja yang direncanakan dan diharapkan sebelumnya.

Utilitarian motivation merupakan alasan atau motivasi seorang konsumen berbelanja pada *e-commerce*. *Utilitarian Motivation* didasarkan oleh nilai yang lebih sadar akan manfaat produk (Elisa, Armin et al. 2019). *Utilitarian Motivation* akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk membeli barang yang mereka butuhkan.

Salah satu penelitian menyebutkan bahwa *Utilitarian Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Elisa, Armin et al. 2019). Seseorang akan bisa menggunakan sistem pembayaran *Paylater* hanya jika melakukan pembelian pada *e-commerce*.

Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa *Utilitarian Motivation* mungkin saja mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* secara tidak langsung atau dapat dikatakan sebagai variabel *intervening*. Namun, sumber yang didapatkan masih terbatas terkait variabel *Utilitarian Motivation* menjadi variabel *intervening* yang memediasi pengaruh antara Persepsi Suku bunga, literasi keuangan digital dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*.

Berdasarkan uraian diatas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Suku Bunga, Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka Penulis mengemukakan permasalahan yang akan dikaji, yaitu sebagai berikut:

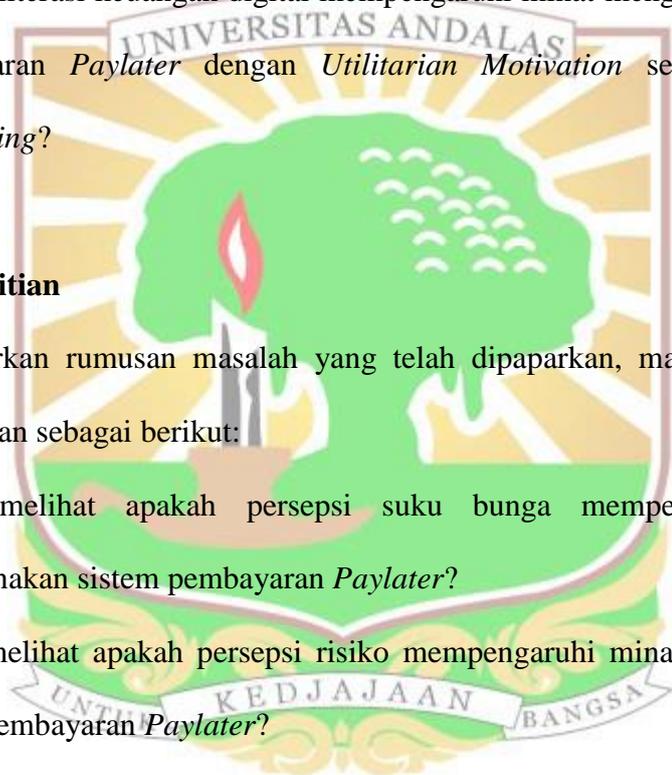
- 1) Apakah persepsi suku bunga mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?
- 2) Apakah persepsi risiko mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?
- 3) Apakah literasi keuangan digital mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?

- 4) Apakah Persepsi suku bunga mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?
- 5) Apakah persepsi risiko mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?
- 6) Apakah literasi keuangan digital mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Untuk melihat apakah persepsi suku bunga mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?
- 2) Untuk melihat apakah persepsi risiko mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?
- 3) Untuk melihat apakah literasi keuangan digital mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater*?
- 4) Untuk melihat apakah persepsi suku bunga mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?



- 5) Untuk melihat apakah persepsi risiko mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?
- 6) Untuk melihat apakah literasi keuangan mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran *Paylater* dengan *Utilitarian Motivation* sebagai Variabel *Intervening*?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian seperti yang dipaparkan di atas, lebih lanjut penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan literatur dan referensi untuk mengembangkan penelitian serupa lebih lanjut, yang berhubungan dengan *Financial Technology (Fintechnews.Indonesia)*, khususnya tentang sistem pembayaran *Paylater*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa, dosen, maupun masyarakat yang membacanya.

- 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada banyak pihak, yaitu:

a. Bagi Instansi atau Perusahaan *Fintech*

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran sebagai bahan pertimbangan dalam mengevaluasi dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam mengambil kebijakan dan keputusan untuk memberikan inovasi terhadap perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia.

b. Bagi Masyarakat dan Calon Pengguna *Paylater*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan bahan pertimbangan bagi masyarakat dan calon pengguna *Paylater* dalam membuat keputusan menggunakan sistem pembayaran *Paylater* kedepannya.

c. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis memperoleh pengalaman analisis dan wawasan baru mengenai topik yang sedang diteliti sehingga dapat menjadi semangat baru bagi penulis untuk meningkatkan kualitas wawasan yang lebih luas dan lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulis membagi skripsi ini dalam 5 (Sa'diyah and Pratika) bab. Setiap bab akan terdiri dari beberapa sub bab, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab pertama dalam penulisan skripsi ini yang berisikan beberapa bagian, yaitu latar belakang yang menjelaskan tentang dasar penelitian serta alasan pentingnya penelitian ini

dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis yang akan dilakukan, serta kerangka teori. Landasan teori yang dari penelitian terkait teori dan variabel penelitian yaitu *theory of planned behavior* (TPB), teori atribusi, *Paylater*, Persepsi suku bunga, persepsi risiko, literasi keuangan dan literasi keuangan digital, serta *utilitarian motivation*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang desain penelitian populasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan kuesioner, variabel-variabel penelitian; serta metode analisis serta pengujian hipotesis yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, analisa *outer model* (model pengukuran), analisa *inner model* (model struktural), dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi gambaran umum penelitian, yang menjelaskan siapa dan bagaimana penelitian, profil responden, analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian, analisis data yang terdiri dari analisa *outer model* (model pengukuran), analisa *inner model* (model struktural), dan pengujian hipotesis serta menjelaskan tentang pembahasan yang berisikan interpretasi hasil penelitian yang didapatkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang di dasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh, keterbatasan penelitian, dan saran yang berguna bagi pihak yang terkait serta masukan dan anjuran sebagai perbaikan pada penelitian selanjutnya.

