

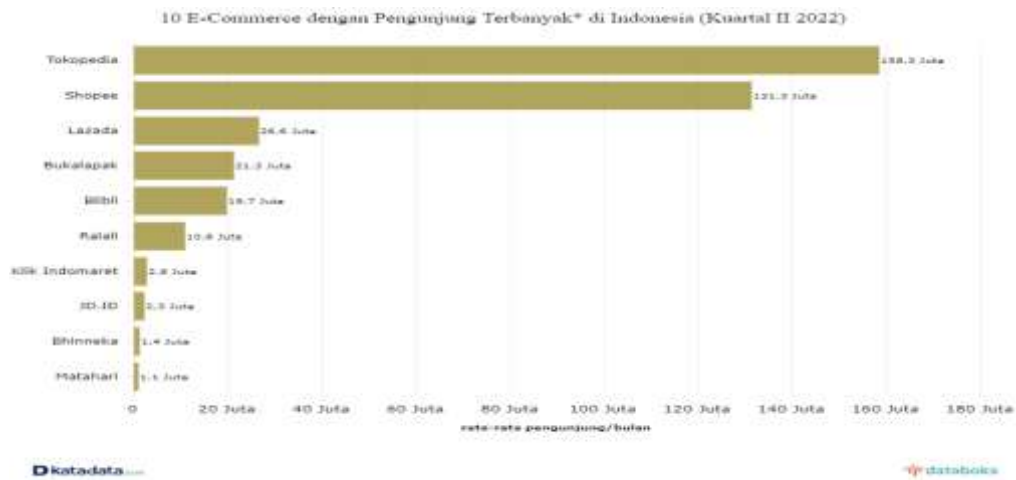
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan *Financial Technology (Fintech)* didasari oleh kebutuhan manusia pada kehidupan yang *modern* dan praktis. Sistem transaksi *online* sekarang lebih disukai dari pada sistem manual karena memudahkan pengguna dalam mengakses dan melakukan transaksi. Sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang canggih. Berbagai inisiatif produk dan layanan *fintech* muncul bersamaan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang serba *online* yang dirasa cepat dan mudah, karena terdapat banyak pilihan aplikasi belanja (*market place*) yang mudah untuk di-*install* oleh masyarakat khususnya Indonesia.

**Gambar 1.1**  
**Marketplace Dengan Pengunjung Terbanyak 2022**



Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan gambar 1.1 *Marketplace* dengan pengunjung terbanyak pada 2022, Tokopedia masih memimpin pasar *E-commerce* Indonesia. Menurut data yang dihimpun *I price*, Tokopedia memiliki rata-rata 158,3 juta pengunjung *Website* per bulan pada kuartal II 2022, tertinggi dibanding para pesaingnya. Pencapaian Tokopedia juga meningkat dibanding kuartal I 2022 yang rata-ratanya 157,2 juta

pengunjung *website* per bulan. Shopee berada di urutan kedua dengan rata-rata 131,2 juta pengunjung *website* per bulan pada kuartal II 2022. Angka ini turun dibanding kuartal sebelumnya yang mencapai 132,7 juta pengunjung per bulan. Di urutan berikutnya ada Lazada, Bukalapak, Blibli, Ralali, Klik Indomaret, JD.ID, Bhinneka, dan Matahari dengan jumlah pengunjung *website* seperti terlihat pada grafik.

Shopee merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *website* dan aplikasi *e-commerce* secara *online*. Shopee didirikan pertama kali pada tahun 2009 oleh *Forrest Li*, yang berpusat di Singapura dimiliki oleh *Sea Limited* (sebelumnya dikenal dengan nama *Garena*), dan shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Shopee menawarkan berbagai fitur agar memudahkan pelanggan dan penjual dalam bertransaksi. Beberapa fitur yang ada di aplikasi shopee yaitu gratis ongkir, *Cash on Delivery* (COD), *Voucher* dan *Cashback*, *Shopeepay*, *Shopee koin*, dan *Shopee game*, kemudian shopee juga meluncurkan fitur baru yaitu *shopee paylater*.

Perkembangan *E-commerce* dalam beberapa tahun terakhir sangat pesat di Indonesia, merupakan salah satu upaya yang di lakukan oleh pemasar sebaagai langkah baru memperluas jangkauan pemasaran agar lebih efektif dan efesien. Selain itu juga Pertumbuhan *E-commerce* yang di ikuti dengan peningkatan pembayaran digital telah mendorong penetrasi fitur pembayaran yang bertujuan untuk menarik konsumen fenomena saat ini terjadi di Indonesia adalah adanya fitur *paylater*. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai (*currency*) yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran pada umumnya ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang relatif lebih baik. Berbagai fitur pembayaran dihadirkan oleh perusahaan penyedia jasa dan layanan untuk memudahkan transaksi konsumen. Hadirnya teknologi digital, menjadikan fitur pembayaran makin beragam, prosesnya pun terbilang singkat. Transaksi antara konsumen dan penyedia jasa dan layanan dapat diselesaikannya dalam beberapa menit. Memiliki fungsi yang hampir sama dengan kartu kredit yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian secara kredit dengan limit tertentu (Hilmi & Pratika, 2021).

Melalui teknologi digital pula, baik konsumen maupun pemberi jasa dan layanan tidak perlu bertatap muka dalam bertransaksi yang didukung perkembangan teknologi digital tersebut, salah satu fitur yang dapat memanjakan konsumen dalam bertransaksi adalah fitur *Paylater*. Sistem pembayaran dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi. Pengguna jasa alat pembayaran akan menggunakan jasa alat pembayaran yang memiliki harga yang relatif lebih rendah sehingga biaya transaksi yang harus dikeluarkan juga rendah.

Menurut Komisar Digital *Futures Exchange* Hendrikus Passagi (2022), *paylater* telah menjadi salah satu infrastruktur penyelesaian transaksi, selain *e-money*, *debit card*, *credit card*, *money transfer*, dan lain sebagainya. Di samping itu, *paylater* mempermudah transaksi keuangan dalam lingkungan ekosistem ekonomi digital. Fitur bayar nanti alias *Paylater* merupakan salah satu metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia. Menurut hasil survei Katadata *Insight Center* (KIC) dan Kredivo, penggunaan *paylater* menempati peringkat ketiga terbanyak digunakan setelah *e-wallet* dan transfer bank/*virtual account*. Riset databoks (2022).

**Tabel 1.1**  
**Layanan *Paylater* Paling Sering Digunakan**

<b>Peringkat</b>	<b><i>Marketplace</i></b>	<b>Konsumen (%)</b>
1	Shopee <i>Paylater</i>	78,4 %
2	Go <i>Paylater</i>	33,8 %
3	Kredivo <i>Paylater</i>	23,2 %
4	Akulaku <i>Paylater</i>	20,4 %
5	Traveloka <i>Paylater</i>	8,6 %
6	Indodana <i>Paylater</i>	3,3 %
7	<i>Home Credit</i>	2,8 %
8	<i>Paylater</i> Layanan Lainnya	0,4 %

*Sumber: databoks.katadata.co.id*

Berdasarkan Data diatas Fitur Shopee *Paylater* yang dimiliki dalam *platform* Shopee menempati posisi pertama dengan perolehan konsumen 78,4%, pada peringkat kedua ditempati oleh Go *Paylater* dengan konsumen 33,8%, dan pada posisi ketiga ditempati oleh Kredivo *Paylater* dengan konsumen 23,2%, dan konsumen sangat terendah dengan perolehan 0,4%. Dapat dilihat dari proyeksi angka diatas, bahwa fitur Shopee *paylater* ini memiliki angka peminat tertinggi, hal tersebut dapat diartikan bahwa fitur *paylater* yang terdapat *diplatform* Shopee ini sangat berguna bagi konsumen yang suka berbelanja online, karena dalam penggunaannya yang terbilang sangat mudah, simple dan *efisien*. Ketatnya Persaingan pada fitur *Paylater*, persaingan tersebut di tandai dengan makin banyak nya fitur *paylater* yang mulai ada.hal ini merupakan salah satu tugas dari *E-commerce* untuk selalu memperbahruai fitur *paylater* nya.

Shopee meluncurkan fitur *Shopee Paylater* pada tahun 2019 dan bekerja sama dengan perusahaan *Peer To Peer Lending* yaitu PT Lentera Dana Nusantara dan telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Shopee selaku *platform E-Commerce* yang menyediakan layanan kepada *Fintech Lending* untuk mendanai pengguna yang membutuhkan bantuan keuangan dalam bentuk saldo untuk berbelanja di shopee, pinjaman ini diberikan kepada pengguna shopee tertentu yang sudah memenuhi syarat dan kriteria yang telah ditetapkan oleh pihak shopee yang artinya tidak semua pengguna shopee dapat menggunakan fasilitas pinjaman Shopee *paylater*. Pengguna harus terlebih dahulu mengikuti prosedur yang telah di berikan. Setelah mengikuti prosedur dari dari shopee terkait dengan pengaktifan Shopee *paylater* maka pengguna akan mendapatkan limit kredit, yang dimana limit *kredit* tersebut tergantung dari seberapa sering pengguna melakukan transaksi di shopee, semakin sering pengguna melakukan transaksi di shopee maka limit yang diberikan akan semakin besar juga.

Masyarakat yang sudah mulai terbiasa ketika berbelanja tidak menggunakan uang *cash* melainkan kebanyakan sudah menggunakan *card* karena lebih memudahkan, kemampuan teknologi membantu cara transaksi tersebut bahkan untuk membayar Ketika sedang berbelanja via *online* pun sekarang sudah banyak sekali berbagai cara pembayarannya seperti salah satunya adalah sistem *paylater* ini.

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan 4 *Paylater* Paling Viral di Indonesia**

<b>Perbanding</b>	<b><i>Gopaylater</i></b>	<b><i>OVO Paylater</i></b>	<b><i>Shopee</i></b>
Syarat Pengguna	Meng Upgrade Akun Gojek	Terpilih	Minimal Tiga Kali Transaksi Belanja
Saldo Limit Awal	Rp.500.000	Rp.1.000.000	Rp.450.000- Rp.1.800.000,
Bunga Pinjaman	0,12% Perbulan	0 - 2,90% Perbulan	2,95% Perbulan
Cara Aktifkan	Gojek	Tokopedia	Shopee
Pengguna Fasilitas	Go-Ride, Go-Car, Go-Bills, Go-Tix, Dan Go-Shop	Belanja Melalui Tokopedia	Belanja Melalui Shopee

*Sumber: kedaipena.com (Diakses 11 November 2022)*

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan, perbandingan layanan *paylater* yang paling banyak digunakan dari tabel tersebut menunjukkan bahwa *Shopee Paylater* lebih mudah digunakan baik dari sisi cara pengaktifkan, jumlah limit pinjaman yang diberikan lebih banyak dan jangka waktu yang diberikan lebih lama. Selain itu juga pada *shopee paylater* hanya tersedia untuk pengguna tertentu Hal ini tentunya bertujuan agar limit kredit hanya diberikan kepada orang-orang yang memiliki kemampuan finansial untuk membayar kembali tagihannya. *Shopee* sendiri tidak memberikan penjelasan yang lengkap mengenai kriteria pengguna yang bisa mendapatkan *limit kredit*. Namun, pada umumnya, pengguna harus memiliki catatan transaksi aktif minimal dalam tiga bulan terakhir serta memiliki alamat yang jelas. Kemudian -ntuk keterlambatan bayar pun di kenakan denda yang lumayan besar yakni 2,95%.

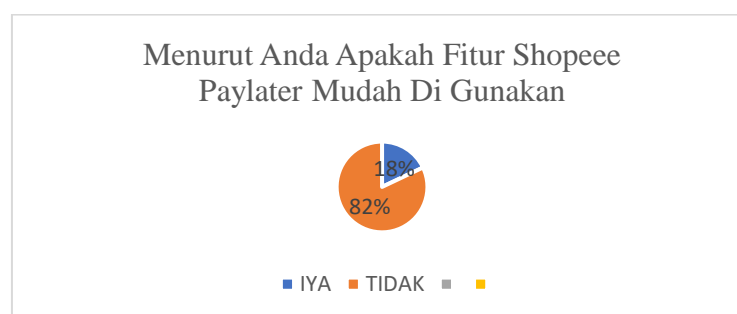
Hal yang sering terjadi saat ini terkait kebutuhan dan keinginan masyarakat yang sudah semakin meningkat, dikarenakan gaya hidup yang lebih banyak diutamakan dibandingkan kebutuhan. Hal ini terjadi karena di *era digital* banyak hal yang selalu baru setiap harinya, Sehingga masyarakat akan tertarik dan mengikuti hal tersebut.

Kemudian dengan hadirnya fitur *paylater* ini banyak digunakan karena bisa memudahkan dan membantu pelanggan yang memang sedang membutuhkan dana cepat, dengan *fitur* ini pelanggan akan merasa sangat terbantu atas apa yang mereka dapatkan saat itu. Semakin banyaknya konsumen yang menggunakan fitur ini merupakan salah satu bukti bahwa para pengguna sangat terbantu dan pengguna fitur ini pun merasa puas. Pelanggan yang merasa puas maka akan memberikan nilai positif kepada fitur ini dan pihak shopee juga akan mendapat nilai positif dengan respon yang di berikan oleh pelanggan. Menurut Worodiyanti (2016) kepuasan pelanggan merupakan respon atau penilaian pelanggan terhadap kinerja barang atau jasa yang mereka konsumsi, dimana hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan pelanggan.

Dan untuk mengetahui alasan dari konsumen mengenai permasalahan yang telah di uraikan di atas oleh peneliti, maka di lakukan pra survei kepada 30 responden masyarakat di wilayah bandar lampung. Dengan hasil sebagai berikut:



Dari hasil pra survei di atas dapat dilihat jumlah total 30 responden 79% tertarik menggunakan shopee *paylater*, dan sebanyak 21% responden tidak tertarik menggunakan shopee *paylater*.



Berdasarkan hasil prasurvei diatas menunjukkan bahwa sebanyak 82% responden mengatakan bahwa shopee paylater mudah di gunakan dan ada sebanyak 18% responden mengatakna bahwa shopee *paylater* ini tidak.



Berdasarkan jawaban responden di atas ada 89% responden yang menjawab bahwa shopee *paylater* memepermudah aktivitas dan ada 11% responden mengatakn bahwa tidak.

Munculnya Perkembangan teknologi informasi akan selalu menimbulkan *pro* dan *kontra* di lingkup masyarakat, untuk itu dilakukan berbagai penelitian untuk menciptakan model yang dapat mengukur serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Teknologi Informasi (TI). Salah satu model yang banyak digunakan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM diperkenalkan oleh Davis et al. (1989) model ini berasumsi bahwa *variabel perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi dasar yang mempengaruhi perilaku pengguna dan tingkat penerimaan teknologi informasi. Menurut (Ahmad & Syahputra, 2016) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna dari suatu teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna. Dan alasan utama peneliti menggunakan TAM itu sendiri adalah untuk dapat menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan teknologi informasi itu sendiri. *Era digital* memberikan kemudahan dengan berbagai teknologi yang ada, namun tidak semua teknologi baru dapat terima dengan mudah oleh masyarakat, karena proses penerimaan teknologi baru ini membutuhkan waktu dan penyesuaian. Hal inilah yang banyak menjadi sorotan peneliti terkait kepercayaan masyarakat terhadap teknologi baru dan penerimaan teknologi dengan menggunakan teori *Technology*

*Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *Perceived Ease Of Use* (persepsi kemudahan), *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), dan *Behavioral Intention To Use*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 variabel utama pada TAM yaitu *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease of Use*.

Manfaat serta persepsi kemudahan yang ditawarkan *Shopee Paylater* dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan saat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu pula dengan *Shopee Paylater* yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan saat akan bertransaksi, bukan tidak mungkin masyarakat akan berminat untuk menggunakan fitur *Shopee paylater* ini. Menurut penelitian yang dilakukan (Irmadhani, 2012) menyebutkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Adamson dan Shine, 2003) dalam (Irmadhani, 2012) menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. Tingginya peningkatan jumlah transaksi dan adanya peningkatan jumlah pengguna dari *paylater* tiap tahunnya tidak terlepas dari yang namanya daya tarik promosi yang di tawarkan oleh perusahaan penerbit *instrument* kepada masyarakat luas. Daya tarik promosi sangat penting dilakukan untuk memberikan informasi yang mendalam tentang perusahaan tersebut yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Dany Yudha Krisna dan Syam Gunawan (2022) *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Attitude Toward Using Dan Actual Technology Use* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan *hijab.id*, Hal ini menunjukkan bahwa seseorang tidak akan menggunakan sistem yang rumit mengingat fenomena sekarang yang serba instan dan mudah dalam memperoleh sesuatu. Penelitian sebelumnya Pengaruh



*Technology Acceptance Model (Tam) Pada Aplikasi Pendaftaran Penilaian Training Record Book (Smile 05) Arika palapa, ikhsan saefudin (2021) Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Dan Attitude Toward Using berpengaruh positif terhadap Actual Usage.*

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah pengaruh dari variabel TAM (*Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use*) pada fitur Shopee *Paylater*. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “**MINAT TERHADAP PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER: MODIFIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan diatas, Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh Terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna Shopee *Paylater*?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh Terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna Shopee *Paylater*?
3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada pengguna Shopee *Paylater*?
4. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention to Use* pada pengguna Shopee *Paylater*?
5. Apakah *Attitude Toward Using* berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention To Use* pada pengguna Shopee *Paylater*?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Subjek**

Subjek penelitian ini adalah pengguna Shopee *Paylater* yang berdomisili di Bandar Lampung.

### **2. Ruang Lingkup Objek**

Objek penelitian ini adalah Minat Terhadap Penggunaan Fitur Shopee *Paylater*: Modifikasi *Technology Acceptance Model (Tam)*.

### 3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah di Bandar Lampung.

### 4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang di tentukan dalam Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2022 sampai Februari 2023.

### 5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Lingkup ilmu pengetahuan ini adalah manajemen pemasaran yang meliputi Minat Terhadap Penggunaan Fitur Shopee *Paylater*: Modifikasi *Technology Acceptance Model (Tam)*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh Terhadap *Attitude toward using* pengguna Shopee *Paylater*?
2. Untuk mengetahui Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh Terhadap *Attitude toward using* pengguna Shopee *Paylater*?
3. Untuk mengetahui Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention To Use* pengguna Shopee *Paylater*?
4. Untuk mengetahui Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh Terhadap *Behavioral Intention To Use* pengguna Shopee *Paylater*?
5. Untuk mengetahui Apakah *Attitude Toward Using* berpengaruh *Behavioral Intention To Use* pengguna Shopee *Paylater*?

## 1.5 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian maka manfaat penelitian dapat disebutkan sebagai berikut:

### 1. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pemahaman peneliti yang telah diperoleh guna mengetahui Apakah Minat Terhadap Penggunaan Fitur Shopee *Paylater*: Modifikasi *Technology Acceptance Model (Tam)*.

## **2. Manfaat Bagi Institusi**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan bahan kajian yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca dan penulis dan peneliti lain khususnya konsentrasi manajemen pemasaran dengan jenis pembahasan yang serupa.

## **3. Manfaat Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang dapat diambil terkait penggunaan *Shopee Paylater*.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

#### **1. Bab I: Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, Ruang lingkup penelitian, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Sistematika penulisan tentang “Minat Terhadap Penggunaan Fitur *Shopee Paylater: Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam)*.”

#### **2. Bab II: Landasan Teori**

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan Apakah Minat Terhadap Penggunaan Fitur *Shopee Paylater: Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam)*. Penelitian terdahulu dan kerangka pikir serta hipotesis.

#### **3. Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, Sumber data, Metode pengumpulan data, Populasi, Sampel, Variabel Penelitian, Definisi operasional variabel, Metode analisis data, Serta pengujian hipotesis mengenai Apakah Minat Terhadap Penggunaan Fitur *Shopee Paylater: Modifikasi Technology Acceptance Model (Tam)*.

#### **4. Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini akan dijelaskan tentang pembahasan dan analisis dari hasil penelitian.

#### **5. Bab V: Penutup**

Pada bab ini merupakan bab penutup dimana pada bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berguna bagi perusahaan.

**6. DAFTAR PUSTAKA**

Dalam daftar Pustaka menjelaskan mengenai sumber informasi yang di peroleh yang di jadikan *referensial* pembahasan skripsi ini.

**7. LAMPIRAN**

Dalam lampiran menjelaskan mengenai data yang mendukung atau yang menjelaskan pembahasan pada skripsi ini.

