

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transaksi jual beli *online* saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Hal ini terjadi karena teknologi internet yang terus mengalami perkembangan, tidak bisa dipungkiri perkembangan teknologi internet juga memengaruhi perubahan perilaku yang ada di masyarakat, perubahan perilaku ini bisa dilihat dari proses transaksi jual beli yang pada awalnya dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli saat ini banyak masyarakat yang lebih memilih berbelanja dengan cara *online* daripada berbelanja secara langsung ke pasar atau *supermarket*.

Perubahan perilaku ini sangat berpengaruh dan bisa dilihat pada golongan masyarakat dewasa awal. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei yang dilakukan oleh *Populix pada tahun 2020*, kelompok masyarakat yang paling banyak melakukan transaksi belanja *online* berasal dari kategori usia milenial dan GenZ. Survei ini melibatkan 6.285 responden yang berasal dari seluruh Kota di Indonesia. Pada usia 18-21 tahun dan 22-28 tahun menyumbang angka tertinggi dalam aktivitas belanja *online* dengan Persentase masing-masing 35 persen dan 33 persen suara koresponden.

Saat ini *Paylater* tengah menjadi pilihan sistem pembayaran yang menarik bagi masyarakat yang memiliki anggaran terbatas (Bayu dan Sarah, 2020). *Development (RISED)* mengatakan bahwa intensitas masyarakat menggunakan layanan bayar nanti atau *Paylater* mengalami kenaikan di masa pandemi pada tahun 2020. Maraknya *e-commerce* yang terus berkembang dan fenomena belanja *online* di Indonesia, tentu saja menimbulkan dampak positif dan dampak negatif.

Dampak positif yang bisa didapat dari belanja *online* adalah waktu yang dibutuhkan menjadi lebih efisien dan bisa mengembangkan minat masyarakat dalam melakukan wirausaha, namun hal ini juga memiliki dampak negatif, dampak negatif yang bisa ditimbulkan dari maraknya perkembangan *e-commerce* yang ada di Indonesia bisa menumbuhkan sifat konsumtif karena membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Salah satu bentuk implementasi dari perkembangan digital dalam dunia bisnis atau usaha yakni *electronic commerce* atau yang lebih sering dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* dapat dikatakan sebagai sebuah sistem informasi yang memberikan fasilitas untuk melakukan transaksi bisnis seperti, pembelian, penjualan, transfer, pertukaran produk, jasa maupun informasi secara 2 online dengan menggunakan internet.

E-commerce dengan model *marketplace* adalah sebuah layanan yang paling sering diminati karena internet mempunyai kelebihan dalam hal keamanan transaksi. Setiap konsumen melakukan transaksi, *marketplace* menjadi pihak penengah atau pihak ketiga antara penjual dan pembeli, fungsi dari pihak ketiga ini adalah menerima pembayaran dan menjaganya sampai produk diterima konsumen dengan baik dan sesuai harapan.

Transaksi yang diterapkan dalam berbisnis melalui *e-commerce* sama halnya dengan transaksi yang dilakukan secara tradisional, yang mana untuk memulai transaksi maka harus ada kesepakatan antara penjual dan pembeli serta keputusan untuk melakukan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Salah satu *e-commerce* yang mengembangkan *paylater* sebagai strategi baru untuk memberikan kemudahan dalam berbelanja adalah *shopee*. *Shopee* adalah aplikasi belanja *online* yang berfokus pada *platform mobile* sehingga bisa memudahkan masyarakat dalam membeli, menjual, dan berbelanja secara langsung melalui ponselnya. *e-commerce* ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berbelanja menggunakan metode *paylater*.

Paylater adalah fasilitas yang diberikan oleh shopee sebagai alternatif pembayaran belanja dengan cara mencicil atau membayar lunas pada tempo waktu yang sudah ditentukan. Berikut adalah tabel perbandingan layanan *paylater* :

Tabel 1.1
Perbandingan Layanan *Paylater*

Pembanding	Shopee <i>Paylater</i>	OVO <i>Paylater</i>	Gojek <i>Paylater</i>
Syarat pengguna	Minimal 3 kali transaksi Belanja	Terpilih	Mengupgrade akun Gojek
Saldo limit awal	Rp 750.000- Rp1.800.000,-	Rp1.000.000,-	Rp 500.000,-
Tanggal Pengembalian	Sebelum tanggal 5	Sebelum tanggal 1	Sebelum tanggal 1
Bunga pinjaman	0-2,90 % per bulan	0-2,90 % per bulan	0-12 % per bulan
Cara aktifkan	Shopee	OVO/Tokopedia	Gojek
Penggunaan Fasilitas	Belanja melalui <i>marketplace</i> Shopee	Belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia	Go-ride, Go-car, Gobills, Go-tix dan Go-Shop.

Sumber : *Prasurvei Peneliti, 2022*

Tabel 1.1 menunjukkan perbandingan layanan dari Shopee *Paylater*, OVO *Paylater*, dan Gojek *Paylater*, ketiga *platform* diatas merupakan platform dengan pengguna *Paylater* terbanyak dibanding dengan *Platform* yang lain. Dari tabel diatas juga dapat diketahui bahwa Shopee memberikan *Paylater* dengan cara yang lebih mudah serta limit yang diberikan juga lebih banyak dibandingkan Shopee *Paylater* dan OVO *Paylater* serta jangka waktu yang diberikan juga lebih lama dibanding Gojek *Paylater* dan OVO *Paylater*.

Adapun berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Daily Social pada tahun 2021 diperoleh hasil sebanyak 51,9% responden dari 347 orang mengatakan *Paylater* yang paling banyak digunakan sepanjang tahun ini adalah milik OVO *Paylater*. Selanjutnya pada posisi kedua diduduki oleh Gojek *Paylater* dan posisi ketiga adalah Shopee *Paylater*.

Dari hal diatas dapat kita lihat bahwa penggunaan pembayaran dengan menggunakan *paylater* sudah menjadi hal yang biasa dilakukan dalam melakukan transaksi belanja *online* di Indonesia, hal ini diperkuat dengan hasil survei terbaru yang dilakukan oleh *Research Institute of SocioEconomic Development* (RISED) pada februari 2021 yang melibatkan 2000 responden dari 10 Provinsi di Indonesia. Diperoleh hasil sebanyak 95 responden sudah mengetahui terkait *paylater* sebagai alat alternatif untuk pembayaran. Penggunaan shopee *Paylater* dijadikan sebagai objek utama dalam penelitian ini karena shopee menawarkan suatu metode pembayaran yang dianggap bisa memudahkan konsumen dalam bertransaksi di *platform* shopee.

Selain itu shopee juga merupakan salah satu *e-commerce* yang memiliki banyak pengguna aktif terbanyak di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari *i-price* bekerja sama dengan App Annie pada tahun 2021 Shopee menjadi *e-commerce* dengan jumlah pengunjung aktif bulanan terbanyak dan berkembang dengan sangat pesat sejak awal kehadirannya di dunia *e-commerce*. Menurut Hadijah (2019) dalam penelitiannya bahwa shopee sebagai aplikasi *mobile platform e-commerce* tiga teratas di Indonesia. Di dorong untuk melakukan hal-hal terbaru di setiap fitur-fitur yang mereka sediakan termasuk dalam sistem pembayarannya.

Disisi lain shopee juga merupakan *ecommerce* yang gencar melakukan promosi penjualan dan iklan di TV serta berbagai sosial media dan dalam setiap transaksi sebelum melakukan pembayaran shopee akan merekomendasikan untuk menggunakan metode pembayaran dengan menggunakan shopee *paylater* dan penggunaan *paylater* saat ini juga sedang sangat diminati oleh para konsumen, karena hal ini dianggap sangat memudahkan konsumen apabila konsumen ingin membeli suatu barang tapi dengan keadaan keuangan yang terbatas, maka penggunaan shopee *paylater* bisa menjadi alternatif dalam bertransaksi karena limit yang diberikan juga cukup besar ditambah lagi dengan waktu cicilan yang cukup panjang yaitu sampai dengan 12 bulan.

Selain itu cara untuk mendapat limit *paylater* juga sangat mudah hanya dengan

menjadi pengguna aktif *e-commerce* shopee untuk bertransaksi dan menggunakan foto KTP dan melengkapi beberapa informasi maka limit sudah bisa didapatkan, untuk mengajukan penambahan limit pun juga tidak sulit hanya dengan sering berbelanja menggunakan shopee *paylater* maka limit akan secara otomatis bisa bertambah. Di bawah ini adalah beberapa pendapat dari hasil penyebaran kuesioner pra survey diperoleh data pada tabel 1.2 :

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Prasurvey Mengenai Keputusan Pembelian
Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater*
Di Bandar Lampung Tahun 2022

No	Pertanyaan	Jawaban %	
		YA	Tidak
1	Anda melakukan pembelian lebih dari satu kali menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	83,3%	16,7%
2	Anda tidak ragu merekomendasikan untuk menggunakan Shopee <i>Paylater</i> kepada teman dan keluarga anda	30,0%	70,0%
3	Adanya promo voucher gratis ongkir membuat anda melakukan pembelian menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	86,7%	13,3%
4	Lebih suka memilih menggunakan Shopee <i>Paylater</i> dibandingkan dengan <i>Paylater</i> lainnya	20,0%	80,0%

Sumber : Prasurvey terhadap 30 Konsumen, 2022

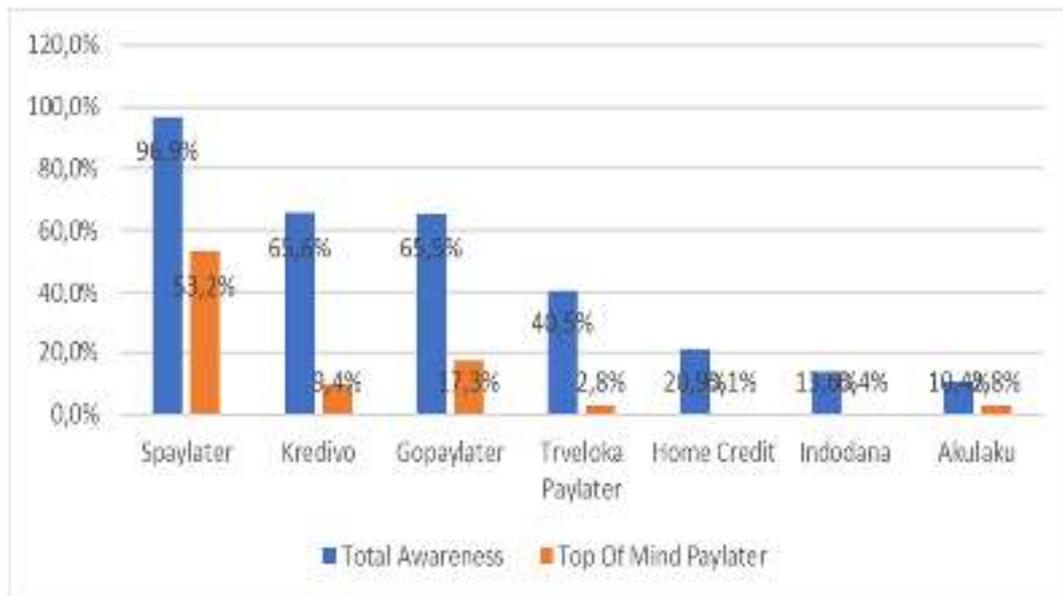
Berdasarkan tabel 1.2 diatas hasil prsaurvey diatas bahwa pengguna Shopee *Paylater* cukup baik, dari tabel terlihat perbandingan jawaban konsumen mengenai keputusan untuk menggunakan Shopee *Paylater*. Dilihat bahwa beberapa pertanyaan memiliki nilai yang rendah dan secara keseluruhan masih kurang mencapai nilai sempurna terlihat pada pertanyaan Anda berniat menggunakan Shopee *Paylater*.

Pada pertanyaan tersebut mendapatkan jawaban sebanyak 83,3% hal ini menyatakan bahwa masih banyak peminat untuk menggunakan Shopee *Paylater*. Serta pada pertanyaan lebih suka memilih Shopee *Paylater* dibandingkan dengan *paylater* lainnya dengan skor jawaban 20,0% yang memilih YA serta 80,0% yang memilih tidak. Hal ini disebabkan bahwa masih ada keluhan atau ketidakpuasan terhadap mutu layanan yang diberikan dan dirasakan, maka hal itu akan berpengaruh terhadap minat membeli di situs Shopee *Paylater*.

Adanya shopee di Indonesia serta strategi pembayaran menggunakan *paylater* yang ditawarkan oleh shopee tentu saja memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya yang semakin beragam, karena semua barang yang dibutuhkan oleh masyarakat mulai dari makanan hingga elektronik bisa ditemukan di shopee. Dan jasa pengiriman yang ditawarkanpun beragam mulai dari yang *sameday* hingga reguler karena hal itu saat ini banyak masyarakat yang memilih beralih untuk berbelanja online dari pada berbelanja secara langsung ke pasar ataupun supermarket.

Jumlah transaksi melalui fitur *paylater* tumbuh hampir tiga kali lipat selama 2021 *e-commerce* bernuansa hijau itu mencatat, tren pembayaran menggunakan fitur *paylater* tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Tokopedia mencatat beberapa kota yang mengalami peningkatan transaksi tertinggi tahun lalu yakni Batam, Pekanbaru, Bandar Lampung, Yogyakarta dan Balikpapan.

Namun riset Dailysocial bertajuk Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Services menunjukkan, *Spaylater* atau dikenal Shopee *Paylater* memimpin. Persentase jumlah penggunanya 78,4% dari total responden 509. Disusul oleh Go*Paylater* (33,8%), Kredivo (23,2%), Akulaku (20,4%), Traveloka *Paylater* (8,6%), Indodana (3,3%), Home Credit (2,8%), dan lainnya (0,4%). Shopee *Paylater* juga menjadi platform yang paling dikenal. Rincian datanya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : <https://katadata.co.id>

Gambar 1.1

Jumlah pengguna, frekuensi penggunaan, dan tingkat kesadaran layanan paylater pada Tahun 2021

Berdasarkan data databoks.katadata.co.id Shopee *Paylater* memperluas popularitas dalam setahun terakhir berkat promo merchant yang agresif. Platform ini pun melampaui pemain incumbent seperti GoPayLater, Kredivo, Akulaku, dan Traveloka Paylater. Kurangnya kepercayaan membuat konsumen tidak bisa melakukan transaksi *online* dengan demikian membuat kepercayaan sangat penting dalam *e-commerce*. Kepercayaan telah mempengaruhi pembelian niat konsumen terhadap shopee secara signifikan menunjukkan bahwa pelanggan bersedia menerima kekurangan dari berbelanja *online* dikarenakan mereka sudah memiliki persepsi yang positif dari perilaku toko *online*. Ini juga dapat menyebabkan kepuasan pelanggan dan hasil yang diharapkan.

Kurangnya kepercayaan mencegah konsumen dari terlibat dalam adanya transaksi *online* sehingga membuat bahwa adanya kepercayaan sangatlah penting untuk dimiliki di dalam *ecommerce*. Konsumen biasanya memilih untuk membeli dan barang karena mereka menganggap manfaat mendapatkan barang itu lebih dari besar biaya yang dikeluarkan akan mendapatkan nilai keuntungan. Kepercayaan konsumen akan terbangun ketika kebutuhan dan kepuasan mereka terpenuhi melalui standar mutu. Sehingga kepuasan konsumen menjadi

parameter penting dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Standar mutu yang digambarkan dalam *paylater* berupa pelayanan fasilitas aplikasi yang mampu memberi kemudahan bagi konsumen. Namun, ada beberapa faktor kelemahan dari sistem *paylater* adalah sebagai berikut, ketergantungan yang sangat kuat pada teknologi informasi dan komunikasi, rawannya melakukan transaksi bisnis online, warna dan kualitas produk yang dijual belum tentu sama antara foto yang ditampilkan di *website* dengan produk asli.

Oleh sebab itu, guna mengatasi kelemahan tersebut maka diperlukan suatu cara untuk memenuhi kepercayaan terhadap konsumen. Kelebihan dari fitur *paylater* sendiri adalah pengguna dapat melihat segala macam informasi mengenai saldo *limit*, riwayat transaksi, dan jumlah tagihan setiap bulannya. Maka dari itu pengguna *paylater* dapat melakukan transaksi kapan saja, yang nantinya tagihan akan ditagihkan berupa *single bill* dan dapat dibayarkan pada saat jatuh tempo di akhir bulan. Dengan adanya fitur Shopee *Paylater* ini tentu sangat menarik perhatian para pengguna Shopee *Paylater* terutama pada pengguna milenial yang memiliki perilaku konsumtif yang ingin serba mudah dan cepat.

Hal ini dapat dilihat dari sistem yang dibangun dianggap memberikan manfaat positif dalam membangun perusahaan secara internal dan eksternal. Selain itu shopee juga bisa digunakan untuk membayar transaksi keuangan secara online. Kemudian bisa juga untuk membayar transaksi di toko, outlet, bahkan restoran yang telah tercatat sebagai mitra usaha shopee dengan cara scan kode QR. Banyak konsumen yang menggunakan transaksi pembayaran shopee karena adanya penawaran diskon yang diberikan layanan Shopee *Paylater*.

Kepercayaan pembeli memiliki pengaruh terhadap niat bertransaksi dengan *e-commerce* shopee, dikarenakan kepercayaan adalah faktor yang dapat menjadi motivasi pembeli pada saat menggunakan *e-commerce* shopee. Apabila kepercayaan pembeli terhadap *e-commerce* Shopee tinggi maka pembeli akan memiliki Keputusan yang tinggi pula untuk melakukan dengan *e-commerce* shopee.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Kemudahan. Kemudahan merupakan tingkatan seseorang yang percaya bahwa tidak dibutuhkan banyak usaha dalam menjalankan sebuah sistem karena kemudahannya Shinta (2016). Perilaku seseorang dipengaruhi oleh sistem yang dinilai mudah digunakan secara otomatis Prasetyo (2015). Mengingat saat ini masyarakat cenderung menyukai hal-hal yang mudah dan cepat.

Kemudahan dalam melakukan transaksi berpengaruh terhadap konsumen dalam menggunakan *ecommerce*, semakin tingginya tingkat kemudahan yang diberikan maka akan membuat keputusan pembelian konsumen secara online menjadi meningkat. Kemudahan yang bisa didapat melalui internet, membuat *ecommerce* di Indonesia terus mengalami perkembangan. Untuk lebih memudahkan konsumennya dalam berbelanja shopee juga memberikan limit *paylater* yang beragam bagi setiap konsumennya.

Limit yang diberikan mulai dari Rp. 750.000 sampai dengan Rp. 15.000.000 dan cicilan sampai dengan 12 bulan. Hal ini berbeda beda tergantung dari seberapa sering konsumen melakukan transaksi di Platform Shopee. Semakin sering konsumen berbelanja maka limit yang akan diberikan oleh Shopee juga semakin besar, selain itu jika konsumen membayar taguhan *Paylater* tepat waktu maka kesempatan untuk mendapat limit yang lebih banyak juga semakin besar. Hal ini dilakukan tentu saja untuk menarik konsumen agar beralih menggunakan shopee dan mengaktifkan *paylater* untuk bertansaksi.

Adanya shopee di Indonesia serta strategi pembayaran menggunakan *paylater* yang ditawarkan oleh shopee tentu saja memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya yang semakin beragam, karena semua barang yang dibutuhkan oleh masyarakat mulai dari makanan hingga elektronik bisa ditemukan di shopee. Dan jasa pengiriman yang ditawarkanpun beragam mulai dari yang *sameday* hingga *reguler* karena hal itu saat ini banyak masyarakat yang memilih beralih untuk berbelanja online dari pada berbelanja secara langsung ke pasar ataupun supermarket.

Menurut hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Fanny Anggreany Putri & Sri Setyo Iriani (2020) yang membahas tentang Kemudahan penggunaan *Shopee Paylater* dikatakan bahwa pada variabel kemudahan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kemudahan memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada variabel yang lain pada penelitian ini. Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang apa saja faktor pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa layanan *Shopee Paylater* sehingga diambil judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Menggunakan Metode Pembayaran *Shopee Paylater*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang tertulis diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*?
2. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*?
3. Apakah Kepercayaan Dan Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang Lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini dilakukan di Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan bulan Maret-Agustus 2022

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian dalam penelitian adalah Manajemen Pemasaran, Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk mengetahui lebih lanjut fakta yang terjadi di lapangan mengenai pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan usulan yang konstruktif dalam menentukan langkah strategi untuk memberikan kontribusi positif dalam rangka meningkatkan pangsa pasar sekaligus menjadikan Shopee *Paylater* sebagai salah satu *paylater* terbaik.

1.5.3 Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang berkaitan pada penelitian yang berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan penjualan terhadap Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendukung penelitian yaitu tentang Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam 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 Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini hasil penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Online menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka

Lampiran

