

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

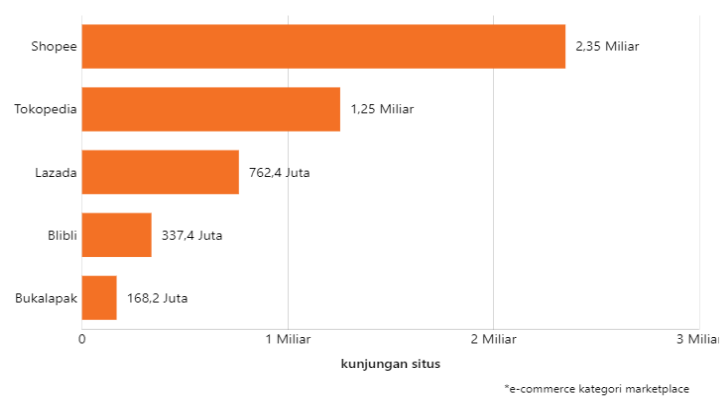
Dari tahun ke tahun teknologi terus berkembang dengan luas dan pesat. Perkembangan ini membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, dimana semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia saat ini selalu melibatkan teknologi dan internet. Salah satu bentuk kemudahan dari perkembangan internet dan teknologi adalah munculnya metode pembayaran *paylater* yang ada di *e-commerce*. *E-commerce* adalah salah satu sektor perdagangan yang memasarkan sekaligus menjual suatu barang dan jasa yang menggunakan media elektronik pada pelaksanaannya (Cahyadi, 2021).

Secara garis besar *e-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat dan persaingan antar *e-commerce* sangatlah ketat. Transaksi dalam *e-commerce* bukanlah suatu hal yang baru bagi kalangan masyarakat. Dalam berkembangnya bisnis *e-commerce* telah merubah berbagai perilaku konsumen seperti halnya kebiasaan konsumen berbelanja secara langsung dipusat pembelian atau toko, sekarang mulai beralih dengan menggunakan media *online* (Hidayanti et al., 2023). Salah satu *e-commerce* yang banyak dikenal masyarakat yaitu Shopee.

Shopee merupakan salah satu situs *e-commerce* dan *platform marketplace online* yang telah memiliki nama di Indonesia. Shopee berdiri di bawah naungan SEA Group. Shopee mulai dikenalkan pada akhir Mei

2015 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Desember 2015 di Indonesia. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk *fashion* sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi. Shopee terus melakukan perkembangan untuk menjadi *e-commerce* nomor satu di Indonesia. Sejak peluncurannya di Indonesia, Shopee mengalami perkembangan yang pesat.

Tahun 2017 Shopee tercatat telah mencapai 50 juta kali unduhan aplikasi, hingga bulan Februari 2024 aplikasinya telah diunduh lebih dari 100 juta pengguna. Selain menang dari segi kuantitas, situs Shopee juga meraih tingkat pertumbuhan kunjungan paling tinggi. Sepanjang Januari-Desember 2023 jumlah kunjungan ke situs Shopee tercatat naik 41,39% (*year-to-date/ytd*) (Ahdiat, 2024)



Sumber : www.katadata.co.id

Gambar 1 : Tingkat Kunjungan Marketplace

Shopee pertama kali muncul sebagai marketplace *Consumer to Consumer* (C2C) yang kemudian beralih ke model *hybrid* C2C dan *Business to Consumer* (B2C) semenjak diluncurkannya Shopee Mall. Sejak awal

peluncuran Shopee Mall, kini Shopee telah memiliki mitra bisnis lebih dari 70 penyedia layanan kurir yang ada di seluruh negara serta menyediakan berbagai dukungan logistik untuk semua penggunanya. Sistem pembayaran yang disediakan oleh Shopee juga beragam. Terdapat sistem pembayaran tunai dan non tunai. Pembayaran tunai ini merupakan pembayaran dengan sistem barang diterima terlebih dahulu kemudian bisa dibayar dengan uang tunai melalui kurir. Sedangkan sistem pembayaran non tunai pada Shopee terdapat beberapa metode yaitu dapat melalui transfer bank, *Shopeepay*, dan *ShopeePayLater*.

Inovasi dalam cara pembayaran non tunai semakin berkembang. Salah satu inovasi yang sedang populer di kalangan masyarakat yaitu *paylater*. Adanya fitur *PayLater* membuat sistem transaksi *online* menjadi semakin praktis. Dimana *paylater* merupakan salah satu metode pembayaran digital dengan konsep beli barang sekarang, lalu membayarnya di kemudian hari saat jatuh tempo. Dengan konsep beli sekarang bayar nanti menyebabkan *Paylater* semakin digandrungi oleh banyak orang dalam kegiatan belanja *online*. Banyak perusahaan *e-commerce* menggunakan *Paylater* dalam sistem pembayaran mereka sehingga *Paylater* sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi *paylater* dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna *paylater* dari waktu ke waktu. Salah satu *paylater* yang paling dikenal oleh masyarakat adalah *ShopeePayLater*.

ShopeePayLater mulai dikenalkan pada 6 Maret 2019. *ShopeePayLater* merupakan produk layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Commerce Finance serta pihak lain yang bekerja sama dengan PT Commerce Finance dan diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). *ShopeePayLater* adalah metode pembayaran beli sekarang bayar nanti, dimana pembeli dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di bulan berikutnya atau dengan metode cicilan selama beberapa bulan. Dalam *ShopeePayLater* terdapat pilihan untuk membayar selama 3 hingga 24 bulan. Fitur yang mengusung konsep “beli sekarang, bayar nanti” ini memungkinkan masyarakat untuk menikmati kesempatan menggunakan cicilan kredit tanpa harus memiliki kartu kredit. *ShopeePayLater* dapat digunakan untuk seluruh pembayaran di dalam platform Shopee. Penggunaan *ShopeePayLater* terus meningkat setiap tahun, hal ini dibuktikan dengan *ShopeePayLater* (77%) menjadi brand yang paling sering digunakan, disusul oleh *GoPayLater* (28%), Akulaku *Paylater* (18%), Kredivo *Paylater* (14%), Traveloka *PayLater* (9%), Indodana (4%), *Home Credit* (3%), dan Atome (2%) (Rini, 2023).

Tingginya respon masyarakat terhadap *ShopeepayLater* menunjukkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi cukup tinggi, hal ini dikarenakan hadirnya fitur *PayLater* membuat transaksi *online* menjadi semakin efisien. Dari segi persyaratan, pendaftaran ataupun proses pengaktifan yang bisa dikatakan mudah hanya menggunakan KTP saja. Berbagai manfaat yang dilengkapi kemudahan yang disediakan pihak Shopee,

maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan *ShopeePayLater* saat berbelanja. Minat ini merupakan perasaan di mana pengguna aplikasi Shopee akan merasa tertarik pada salah satu fasilitas pembayaran yang disediakan oleh Shopee, yaitu layanan *ShopeePayLater* tanpa paksaan atau sukarela. *ShopeePayLater* semakin diminati karena langsung terhubung dengan *e-commerce* yaitu Shopee.

Pasar *PayLater* saat ini cukup besar dan generasi muda yang rentan berusia 17 hingga 25 tahun belum memiliki uang namun sudah memiliki beragam kebutuhan gaya hidup, merupakan mayoritas konsumen *PayLater* (Kontan.co.id, 2023). Generasi Z lebih banyak menggunakan pembayaran *paylater* dibanding kartu kredit (Alfaruqy, 2022). Pada 2023, jumlah pengguna *paylater* pada generasi milenial lebih mendominasi dibandingkan Gen Z. Per Desember 2023, milenial mendominasi sebanyak 52,13% kemudian diikuti oleh Gen Z sebanyak 35% (Untari, 2024). Penggunaan *ShopeePayLater* selain digunakan untuk membeli barang keperluan, biasanya juga digunakan untuk transaksi pembelian paket data/internet/listrik, pakaian, pengeluaran bulanan, elektronik dan aksesoris, gadget terbaru, serta liburan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *paylater* di platform Shopee. Ningsih, Woestho, dan Kurniawan (2023) menyebutkan minat penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh literasi keuangan, manfaat *paylater* dan pendapatan. Selanjutnya Anggraeni & Darma (2023) menyatakan minat penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh

kemudahan, risiko, gaya hidup, dan kepercayaan. Terdapat penelitian lain dari Putri & Safitri (2023) berpendapat bahwa minat penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh literasi keuangan dan *technology acceptance* model. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Ani et al., (2023) menyebutkan bahwa minat penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh literasi keuangan dan locus of control.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *paylater* adalah literasi keuangan. Literasi keuangan menjadi semakin penting dalam pendidikan di era digital. Dalam mengendalikan pola dan perilaku belanja konsumen, jumlah pengguna *e-commerce* harus diimbangi dengan literasi keuangan. Perilaku keuangan merupakan bagian dari penerapan pendidikan keuangan dan diperkirakan berdampak positif pada kesejahteraan finansial (Sholeh, 2019). Menurut data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang diselenggarakan OJK setiap tiga tahun, angka indeks literasi keuangan nasional pada tahun 2022 mencapai 49,68%, menunjukkan peningkatan sebesar 11,65% dibandingkan tahun 2019 yang mencapai 38,03% (OJK, 2022). Banyaknya informasi mengenai berbagai macam produk dan kemudahan dalam sistem pembayaran dan sistem pembelian berbagai macam barang, membuat generasi muda harus makin memahami pentingnya literasi keuangan sehingga dapat melakukan pengelolaan keuangan dengan lebih baik (Restike et al., 2024). Hal ini disebabkan karena adanya sistem *paylater* akan mendorong generasi muda

untuk meningkatkan pola hidup konsumtif dan bila tidak didukung dengan literasi keuangan yang cukup, akan berakibat meningkatnya hutang.

Selain literasi keuangan, gaya hidup merupakan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *paylater*. Gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang mengenai bagaimana mereka menghabiskan waktu (kegiatan), apa yang mereka anggap paling penting bagi diri dalam kehidupan sehari-hari (minat) dan bagaimana cara pandang mereka mengenai diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka (pendapat) (Assael, 1984). Kehidupan sosial mahasiswa sering kali sangat dipengaruhi oleh norma-norma kelompok sebaya. Jika teman-teman mereka aktif berbelanja dan menggunakan *ShopeePayLater*, mahasiswa cenderung ikut-ikutan tanpa pertimbangan yang matang. Penggunaan *ShopeePayLater* secara berlebihan dapat menggeser prioritas keuangan jangka panjang mahasiswa, seperti menabung untuk pendidikan lanjutan atau investasi masa depan (Aprilia et al., 2024). Mahasiswa, terutama yang belum memiliki pengalaman dalam pengelolaan keuangan, mungkin lebih rentan terhadap kecenderungan berbelanja impulsif. Dengan *ShopeePayLater*, mereka dapat membeli barang-barang dengan cepat tanpa berpikir panjang tentang dampak finansial jangka panjang. Sehingga perubahan gaya hidup ini memungkinkan individu menjadi berperilaku konsumtif, yakni perilaku yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan (Putri dan Priantilianingtiasari 2023).

Faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* adalah manfaat *paylater*. Manfaat adalah sejauh mana seseorang

percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Jika seseorang menyadari keuntungan dari menggunakan teknologi, mereka akan terus menggunakannya (David, 1989). Manfaat dapat diukur dari bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektifitas ,dan menghasilkan manfaat bagi individu (Fadillah, 2023). Dengan manfaat yang ditawarkan *ShopeePayLater*, yaitu kemudahan dalam penggunaannya dan memiliki suku bunga yang relatif ringan. Hal ini menjadikan *ShopeePayLater* pilihan yang tepat untuk digunakan dalam kegiatan belanja online masyarakat.

Faktor terakhir yang dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* adalah *locus of control*. *Locus of control* merupakan variabel psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan sehingga bersifat kecenderungan (Prasetyo et al., 2023). Kurangnya *Locus of Control* akan menjadikan penyebab dari masalah perilaku dan pengendalian termasuk dalam bidang keuangan (Bauman dan Lucy, 2021). Sehingga mahasiswa perlu memahami *locus of control* sebelum menggunakan *Shopeepaylater*.

Berdasarkan penjelasan variabel di atas dapat diketahui bahwa keempat faktor tersebut memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Terdapat juga beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang berbeda. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Ani et al. (2023) dan Setiawati & Alam (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan

berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee. Menurut hasil penelitian dari Putri & Safitri (2023) dan Prazadhea & Fitriyah (2023) mengungkapkan hal yang berbeda yaitu literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni & Darma (2023) dan Salma et al., (2024) mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee. Hasil penelitian lain dari Wigati & Setyorini (2024) mengungkapkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee. Aprianto & Hadibrata (2023) dan Prazadhea & Fitriyah (2023) menyatakan hasil penelitian bahwa manfaat *paylater* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Ani et al., (2023) dan Wigati & Setyorini (2024) yang menyatakan bawa locus of control berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee.

Penelitian terkait minat penggunaan *paylater* pada *platform* Shopee telah banyak dilakukan dengan hasil yang berbeda-beda. Maka dari itu, penulis termotivasi untuk melakukan pengembangan penelitian yang membahas mengenai bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan manfaat *paylater* terhadap minat penggunaan *paylater* di *platform* shopee yang dimoderasi oleh *locus of control*. *Locus of control* merupakan sudut pandang individu mengenai sebuah kejadian serta tingkat

kemampuan tersebut dalam mengendalikan kejadian yang dialaminya. Tingkat literasi keuangan terhadap minat penggunaan *shopeepaylater* dapat didorong oleh *locus of control* sehingga individu memegang kendali atas keputusan finansial mereka sendiri. *Locus of control* menunjukkan bahwa karakter personal seorang mahasiswa sangat penting dalam mendorong tingkat keyakinan mahasiswa untuk menggunakan *shopeepaylater*. Fenomena masalah tersebut dinilai cukup serius karena *paylater* dapat menyebabkan penumpukan utang yang berlebihan bagi pengguna yang tidak mampu mengelola keuangan dengan baik (Nur Ani et al., 2023).

Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terdapat penambahan variabel yang memoderasi, yaitu *locus of control* dan subjek penelitian yaitu mahasiswa akuntansi universitas di Surabaya. Pemilihan subjek ini karena mahasiswa PTN memiliki perbedaan dalam hal gaya hidup dan pola belanja dan untuk memperoleh data yang lebih konsisten sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan relevan. Sehingga penelitian ini bukan merupakan tiruan dari penelitian terdahulu.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka topik permasalahan yang akan diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee?

3. Apakah manfaat *paylater* berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee?
4. Apakah *locus of control* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee?
5. Apakah *locus of control* memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee?
6. Apakah *locus of control* memoderasi pengaruh manfaat *paylater* terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh manfaat *paylater* terhadap minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.
4. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana *locus of control* memoderasi pengaruh literasi keuangan dengan minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.
5. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana *locus of control* memoderasi pengaruh gaya hidup dengan minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.

6. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana *locus of control* memoderasi pengaruh manfaat *paylater* dengan minat penggunaan *paylater* pada *platform* shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat khususnya mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *paylater* pada *platform* Shopee. Manfaat teoritis dari skripsi ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan Theory of Planned Behavior dalam konteks keuangan *digital*, dengan mengeksplorasi bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan manfaat *paylater* mempengaruhi minat penggunaan *ShopeePaylater*, serta bagaimana *locus of control* memoderasi hubungan-hubungan ini, penelitian ini memperluas penerapan TPB pada keputusan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

- a. Bagi peneliti untuk memenuhi tugas akhir akademik dan untuk memperdalam pengetahuan peneliti khususnya dalam menggunakan *paylater* pada platform Shopee.

- b. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi bahan referensi ketika melakukan penelitian terkait dan untuk dikembangkan lebih lanjut.
- c. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penggunaan *paylater* pada platform Shopee.