

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Kemajuan teknologi digital membuat berbagai kegiatan dapat dilakukan secara lebih cepat, praktis, dan efisien melalui pemanfaatan jaringan internet. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 229,4 juta jiwa atau 80,66% dari total populasi, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 221,5 juta jiwa. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kian terbiasa menggunakan teknologi digital dalam menjalankan berbagai aktivitas sehari-hari dan mendorong munculnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran digital yang mempermudah proses transaksi secara online. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, berbagai layanan berbasis digital juga semakin berkembang dan memberikan kemudahan dalam berbagai kegiatan ekonomi masyarakat.

Meningkatnya pemanfaatan internet dan layanan digital turut mendorong pertumbuhan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Melalui *e-commerce*, masyarakat dapat melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa tanpa harus bertemu secara langsung dengan penjual. Kondisi ini

membuat proses transaksi menjadi lebih efisien dan fleksibel bagi konsumen. Bank Indonesia (2024) melaporkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai sekitar Rp487 triliun, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Tren peningkatan ini juga berlanjut pada tahun 2025, di mana transaksi *e-commerce* pada beberapa periode tercatat terus mengalami pertumbuhan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan platform digital sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka. Meningkatnya penggunaan *smartphone* juga berperan penting dalam mendorong akses masyarakat terhadap berbagai platform belanja *online* dengan lebih mudah dan fleksibel. Dalam konteks ini, kemudahan penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi adopsi layanan digital oleh masyarakat. Pratiwi dan Sofwan (2022) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan teknologi pembayaran digital. Semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk menerima dan memanfaatkannya. Maka dari itu, perusahaan *e-commerce* terus berupaya mengembangkan berbagai inovasi layanan yang mampu meningkatkan kenyamanan serta pengalaman pengguna. Platform *e-commerce* yang berkembang pesat di Indonesia adalah Shopee. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitas belanja secara online. Dominasi tersebut terlihat dari tingginya tingkat akses dan pangsa pasar yang dimiliki Shopee dibandingkan platform lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa Shopee memiliki peran penting dalam perkembangan ekosistem perdagangan digital di Indonesia, serta melanjutkan tren dominasi yang telah

terlihat pada tahun-tahun sebelumnya. Data terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 turut memperkuat dominasi tersebut, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1 berikut.



Gambar 1. 1 E-Commerce yang sering diakses di Indonesia (2025)

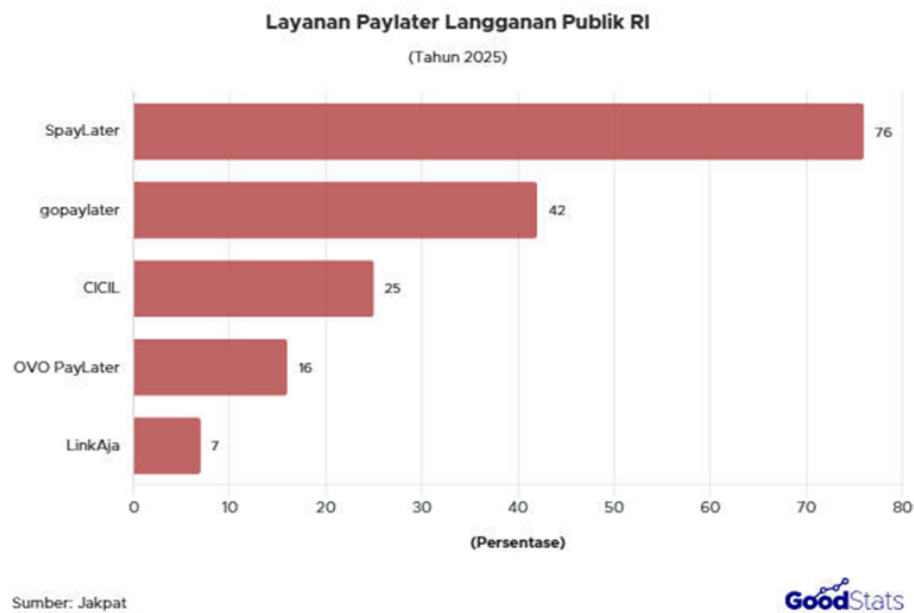
Sumber: GoodStats, diolah dari APJII (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1, Shopee tercatat sebagai platform e-commerce yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 53,22%, jauh mengungguli TikTok Shop (27,37%), Tokopedia (9,57%), Lazada (9,09%), Blibli (0,29%), Facebook Marketplace (0,25%), maupun platform lainnya (APJII, 2025). Data tersebut semakin mengukuhkan Shopee sebagai platform e-commerce dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia dan memperkuat relevansi pemilihan Shopee sebagai konteks penelitian ini.

Dalam sistem *e-commerce*, metode pembayaran digital menjadi salah satu komponen yang sangat penting dalam mendukung kelancaran transaksi. Sistem pembayaran digital memungkinkan konsumen melakukan pembayaran secara cepat, praktis, dan aman tanpa harus menggunakan uang tunai. Perkembangan teknologi finansial atau *fintech* turut mendorong munculnya berbagai inovasi dalam

sistem pembayaran digital. Menurut Raza et al. (2022), inovasi *fintech* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan secara digital. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya penggunaan pembayaran digital oleh masyarakat dalam aktivitas transaksi digital. Inovasi pembayaran digital yang cukup berkembang dalam beberapa tahun terakhir adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau Paylater. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian terlebih dahulu kemudian membayar pada waktu tertentu atau melalui sistem cicilan. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan tersebut membuat Paylater semakin banyak digunakan dalam berbagai platform digital. Chawla dan Joshi (2022) menjelaskan bahwa layanan BNPL memberikan fleksibilitas bagi konsumen dalam mengelola pengeluaran mereka. Dengan adanya sistem pembayaran tersebut, konsumen dapat melakukan transaksi meskipun belum memiliki dana yang cukup pada saat pembelian dilakukan.

Fenomena penggunaan layanan Paylater di Indonesia juga menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terutama pada kalangan generasi muda. Tingginya penggunaan layanan tersebut dapat dilihat dari preferensi masyarakat terhadap berbagai aplikasi Paylater yang tersedia pada platform digital. Salah satu indikasi tingginya penggunaan Shopee Paylater dapat dilihat dari hasil survei mengenai layanan Paylater dengan tingkat langganan tertinggi di kalangan publik Indonesia, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1. 2 Layanan Paylater Langganan Paylater Langganan Republik RI (2025)

Sumber: GoodStats, diolah dari Jakpat (2025)

Berdasarkan survei Jakpat (2025) sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.2, layanan Shopee Paylater tercatat sebagai layanan Paylater dengan tingkat langganan tertinggi, yaitu sebesar 76%, jauh melampaui GoPayLater (42%), Cicil (25%), OVO Paylater (16%), dan LinkAja (7%). Temuan tersebut semakin menegaskan bahwa Shopee Paylater merupakan layanan Paylater yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia secara umum, tidak terbatas pada segmen generasi Z dan milenial saja.

Pada platform Shopee layanan Paylater dikenal dengan fitur Shopee Paylater. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara cicilan tanpa menggunakan kartu kredit. Proses aktivasi yang relatif mudah serta integrasi langsung dengan aplikasi Shopee menjadikan layanan ini semakin diminati oleh pengguna. Dalam penelitian mengenai adopsi teknologi

digital, manfaat yang dirasakan pengguna serta kemudahan penggunaan sistem menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan teknologi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan pembayaran digital.

Karakteristik penggunaan layanan pembayaran digital tersebut turut relevan diamati pada kalangan mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna aktif teknologi digital di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2025), kelompok mahasiswa menyumbang kontribusi sebesar 12,86% terhadap total penetrasi pengguna internet di Indonesia, dengan tingkat konektivitas pada kelompok berpendidikan tinggi mencapai 91,27%. Data tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat keterhubungan digital yang tinggi, sehingga berpotensi turut memanfaatkan berbagai layanan digital, termasuk layanan pembayaran berbasis PayLater, dalam aktivitas transaksi mereka. Mahasiswa umumnya aktif menggunakan berbagai aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk keperluan akademik, tetapi juga untuk aktivitas belanja online dan pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan temuan Raj et al. (2026) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan fitur Shopee PayLater, dengan kemudahan penggunaan tercatat sebagai faktor yang lebih dominan dibandingkan manfaat yang dirasakan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan PayLater tidak terlepas dari sejauh mana mereka merasakan kemudahan

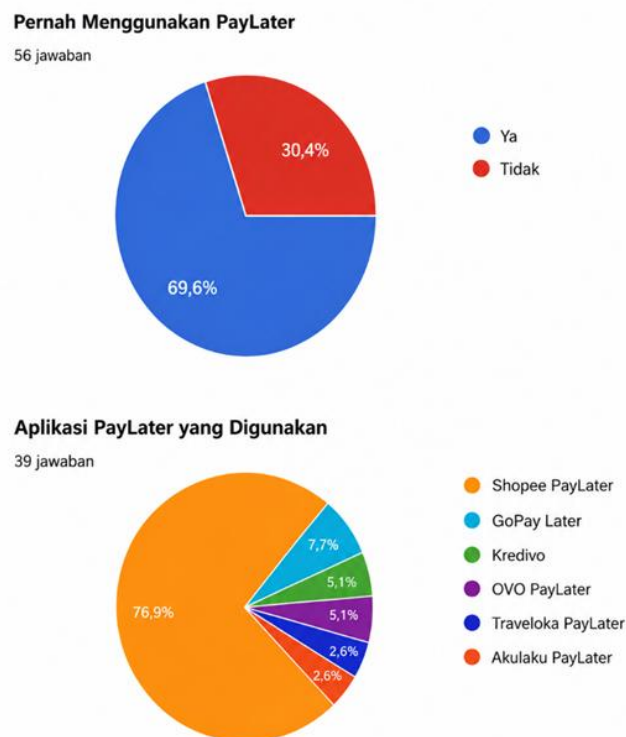
serta manfaat dari layanan tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater pada kalangan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan layanan, tetapi juga oleh persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memengaruhi sikap serta minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater.

Untuk memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi digital, salah satu model yang sering digunakan dalam penelitian adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Menurut Alalwan et al. (2022), *perceived usefulness* berkaitan dengan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dalam aktivitas mereka. Sementara itu, *perceived ease of use* berkaitan dengan tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan teknologi tersebut. Selain kedua variabel tersebut, sikap pengguna juga memiliki peran penting dalam memengaruhi minat penggunaan teknologi. Sikap dapat diartikan sebagai evaluasi individu terhadap suatu teknologi yang dapat bersifat positif maupun negatif. Rosli et al. (2023) menjelaskan bahwa sikap pengguna terhadap layanan digital dapat memediasi hubungan antara persepsi terhadap teknologi dan minat penggunaan teknologi tersebut. Dengan demikian, sikap pengguna menjadi faktor yang penting dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi digital.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan layanan

pembayaran digital. Penelitian yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan pembayaran digital. Selain itu, penelitian Alalwan et al. (2022) juga menemukan bahwa faktor-faktor dalam model TAM memiliki peran penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi finansial. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji penggunaan layanan pembayaran digital, sebagian besar penelitian masih berfokus pada penggunaan *e-wallet* secara umum. Penelitian Nguyen et al. (2023) misalnya hanya mengkaji layanan pembayaran digital secara umum tanpa membahas secara spesifik layanan BNPL dalam platform *e-commerce*. Demikian pula, penelitian tersebut dilakukan pada populasi umum sehingga belum merepresentasikan karakteristik mahasiswa sebagai kelompok pengguna dengan keterbatasan finansial yang khas. Penelitian yang secara khusus membahas penggunaan Shopee Paylater pada platform *e-commerce* di kalangan mahasiswa masih relatif terbatas. Layanan Paylater pada platform *e-commerce* seperti Shopee memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan metode pembayaran digital lainnya karena terintegrasi langsung dengan sistem pembelian serta menawarkan skema pembayaran berbasis cicilan. Selain itu, sebagian penelitian sebelumnya juga lebih banyak meneliti populasi masyarakat umum dibandingkan kelompok mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai penggunaan layanan Shopee Paylater pada mahasiswa menjadi penting untuk dilakukan guna mengisi keterbatasan penelitian sebelumnya serta memberikan pemahaman yang lebih spesifik terkait perilaku penggunaan Paylater pada kelompok mahasiswa.

UPN Veteran Jawa Timur merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berlokasi di Jawa Timur dengan jumlah mahasiswa aktif yang cukup besar serta tingkat adaptasi teknologi digital yang tinggi. Data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa di wilayah Jawa Timur terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kondisi ini turut mencerminkan besarnya potensi penggunaan layanan digital, termasuk Shopee PayLater, di kalangan mahasiswa pada wilayah tersebut, termasuk mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Fenomena tersebut diperkuat oleh hasil pra-survei yang dilakukan terhadap mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.3 berikut.



Gambar 1. 3 Hasil Pra-Survei Penggunaan Layanan Paylaer Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur (2026)

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Gambar 1.3, dari 56 responden yang mengisi pra-survei, sebanyak 69,6% menyatakan pernah menggunakan layanan PayLater. Dari 39 responden yang merupakan pengguna PayLater, sebanyak 76,9% di antaranya menggunakan Shopee PayLater, jauh lebih tinggi dibandingkan GoPay Later (7,7%), Kredivo (5,1%), OVO PayLater (5,1%), Traveloka PayLater (2,6%), dan Akulaku PayLater (2,6%). Hasil pra-survei tersebut menunjukkan bahwa fenomena dominasi Shopee PayLater yang teramati secara nasional juga tercermin pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur sebagai objek penelitian ini. Kondisi ini menjadikan UPN Veteran Jawa Timur sebagai lokasi yang relevan untuk meneliti perilaku penggunaan layanan digital di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *pengaruh perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan Shopee Paylater melalui sikap sebagai variabel intervening pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap sikap menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap sikap menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?

4. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
5. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
6. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater melalui sikap sebagai variabel *intervening* pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?
7. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater melalui sikap sebagai variabel *intervening* pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur?

1.3 Tujuan Masalah

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap sikap menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap sikap menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan Shopee Paylater melalui sikap sebagai variabel intervening pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap minat menggunakan Shopee Paylater melalui sikap sebagai variabel intervening pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian perilaku konsumen terkait penggunaan teknologi finansial pada platform *e-commerce*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan sikap terhadap minat penggunaan layanan Shopee Paylater. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji adopsi layanan paylater, khususnya di kalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber referensi bagi akademisi, mahasiswa, maupun peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa mengenai adopsi teknologi finansial dan penggunaan layanan paylater dalam platform *e-commerce*. Temuan yang diperoleh juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku penggunaan layanan Shopee Paylater di kalangan mahasiswa.