

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama pada teknologi keuangan atau *financial technology*. *Financial Technology (Fintech)* menjadi salah satu yang mendorong perekonomian di Indonesia. Pendanaan di Indonesia pada tahun 2017 mulai didominasi oleh *fintech*. *Fintech Lending* adalah kegiatan memberikan pinjaman kepada individu maupun bisnis menggunakan *platform online* yang berfungsi sebagai *match-maker* bagi pemberi pinjaman ke peminjam secara langsung. Prosesnya dilakukan di *platform online*, dalam bentuk situs web dan menggunakan penilaian kredit atau alat analisis lainnya (DSResearch,2020)

Dengan adanya *fintech* kegiatan bertransaksi menjadi lebih mudah dan bisa dilakukan dimana saja dengan *handphone*. *Fintech* telah menyediakan produk transformasional dengan biaya yang terjangkau, salah satunya adalah penerapan sistem bayar nanti atau *paylater* (Pratika et al, 2021). Penerapan *paylater* mempermudah individu untuk mendapatkan produk yang diinginkan terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran pada saat pemesanan produk, pembayaran akan dilakukan pada bulan berikutnya dengan cara dicicil maupun dibayar lunas pada saat jatuh tempo.

E-commerce adalah tempat untuk melakukan transaksi jual beli yang membutuhkan alat elektronik dan koneksi internet . *E-commerce* di Indonesia

sendiri lahir pada tahun 1999. Forum KASKUS menjadi cikal bakal adanya toko *online* di Indonesia yang didikan oleh Andrew Darwis dan Bhinneka.com (Mustajibah, 2021)

Berkembangnya *E-commerce* dapat menjadi alternatif bisnis bagi pelaku usaha. Perkembangan *E-commerce* yang semakin baik banyak dimanfaatkan Perusahaan aplikasi belanja *online*, salah satunya adalah perusahaan Shopee yang memiliki pengunjung terbanyak sebesar 2.349.000.000 pada tahun 2023 mengalahkan Tokopedia dan Lazada yang memiliki total pengunjung 2.017.100.000. Shopee bekerja sama dengan Perusahaan *peer-to-peer* (P2P) *lending* PT Lentera Dana Nusantara (LDN), *Splayater* menjadi solusi keuangan tanpa jaminan dan kartu kredit yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu mencapai 89%, *Gopaylater* 50%, dan Kredivo 38% (databoks.katadata, 2023)

Metode pembayaran *paylater* memberikan manfaat bagi masyarakat jika digunakan bijak dan memiliki pemahaman tentang *paylater* maka akan terhindar dari utang melilit, sehingga hal ini membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (Rakhman dan Setiawan, 2015). Namun apabila layanan *paylater* ini tidak digunakan dengan bijak maka akan terjadi kredit macet. Kredit macet adalah kredit yang tidak dapat dibayar oleh peminjam sesuai tanggal jatuh tempo yang biasa disebut *Non Performing Loan* (NPL). Rasio NPL yang baik adalah ideal adalah dibawah 5%, namun berdasarkan survei yang dilakukan PT Perindo Biro Kredit (Idscore) menyatakan bahwa rasio NPL sudah mencapai 9,7% per April 2023.

Rentang usia yang melakukan kredit macet pada layanan *paylater* yaitu usia 20 – 30 tahun dengan menyumbang 47,78% sejalan dengan pengguna *paylater* didominasi oleh usia 20-30 tahun mencapai 50,11% pengguna, pengguna kedua terbanyak 28,2% adalah usia 30-40 tahun (Idscore, 2023). Generasi Z menjadi penyumbang terbanyak dalam melakukan transaksi dengan metode pembayaran *paylater* karena saat seseorang menggunakan Shopee *paylater*, mereka memiliki opsi untuk melakukan transaksi yang praktis, terutama Generasi Z (Alfaruqy, 2022).

Keputusan dalam menggunakan layanan *paylater* sangat penting, oleh karena itu manajer pemasaran harus mengetahui apa saja faktor yang dapat mempengaruhi minat pengguna. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku minat seperti pendapatan, literasi keuangan, persepsi risiko, dan lainnya.

Faktor pertama yang diteliti pada penelitian ini adalah pendapatan. Pendapatan pribadi yaitu seluruh total pendapatan yang diterima, termasuk pendapatan yang didapat tanpa bekerja atau kegiatan lainnya. Pada studi RISED menyimpulkan bawasannya pengguna *paylater* sudah bijak menggunakan layanan *paylater*, dengan beralasan untuk membeli kebutuhan yang mendadak saat keuangan sedang terbatas (Raharyan, 202)

Penelitian yang dilakukan oleh Asja et al (2021) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan karena pendapatan dapat mempengaruhi minat menggunakan *paylater*. Semakin tinggi pendapatan seorang individu maka mereka akan tertarik dan berminat untuk menggunakan *paylater*, karena semakin tinggi pendapatan maka konsumsi juga semakin tinggi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eviana dan Saputra (2022) yang menyatakan

bahwa pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan karena walau individu memiliki pendapat yang tinggi atau rendah jika sedang tidak membutuhkan suatu produk maka pengguna tidak berminat menggunakan *paylater*.

Faktor kedua dalam penelitian ini adalah Literasi keuangan. Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) literasi keuangan yaitu rangkaian atau proses aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan, serta keterampilan seseorang sehingga mampu untuk mengelola keuangan dengan baik. Saat generasi Z memiliki pengetahuan yang baik mengenai keterampilan mengelolah keuangan mereka dapat menyesuaikan pembelian barang dan jasa yang akan dibeli (Rismayadi et al, 2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Mulatsih (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)*, karena dengan memiliki tingkat pemahaman keuangan yang baik maka individu akan membuat keputusan yang efektif dengan sumber keuangan yang dimiliki. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuhana et al (2024) yang menyatakan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* hal ini dikarenakan kurangnya edukasi mengenai pemahaman pengelolaan keuangan di masyarakat.

Faktor ketiga dalam penelitian ini adalah Persepsi Risiko. Persepsi risiko yaitu ekspektasi atau kemungkinan terjadinya kerugian secara subjektif dari pengguna internet saat melakukan transaksi *online* (Marafon et al, 2018). Pengguna Shopee *paylater* merasa risiko yang diterima tergolong lebih rendah karena merasa mudah dalam melakukan transaksi dan pengembalian barang dengan mudah,

dengan begitu muncul adanya minat melakukan pembelian barang dan jasa dengan metode *paylater* (Wijaya et al, 2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Yuhanisa et al (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pinjaman *online*. Penggunaan aplikasi pinjaman *online* akan memiliki risiko , jika terdapat risiko yang tinggi maka akan mempengaruhi minat penggunaan pinjaman *online*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prajogo & Rusno (2022) menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman *online* dikarenakan individu menyadari bahwa akan ada resiko dimasa yang akan datang dan khawatir bocornya data pribadi apabila menggunakan pinjaman *online*.

Tabel 1. 1 Research Gap

Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian	Peneliti
Minat Menggunakan <i>paylater</i>	Pendapatan	Berpengaruh positif dan signifikan	Asja et al (2021)
		Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	Eviana & Saputra (2022)
	Literasi Keuangan	Berpengaruh positif dan signifikan	Putri & Mulatsih (2023)
		Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	Yuhanisa et al (2024)
	Persepsi Risiko	Berpengaruh positif dan signifikan	Yuhanisa et al (2024)
		Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	Prajogo & Rusno (2023)

Sumber:berbagai jurnal, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pendapatan, literasi keuangan, dan persepsi risiko

terhadap minat menggunakan *paylater*. Maka untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan terbaru, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis buat, maka penulis memberikan judul **“Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang ?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang ?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Data yang digunakan adalah data pengunjung shopee di Kota Semarang.
2. Data yang digunakan adalah data pengguna *paylater* pada aplikasi Shopee.
3. Responden yang dibutuhkan merupakan kategori Generasi Z di Kota Semarang.
4. Pengumpulan data akan dilakukan pada bulan Juni 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan antara lain :

1. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh pendapatan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang.
2. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang.
3. Untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat menggunakan *paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas AKI Semarang

Dapat memberikan kontribusi pada peningkatan reputasi universitas dalam bidang riset dan pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pengalaman penelitian yang berharga serta meningkatkan pemahaman tentang perilaku konsumen dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan layanan *paylater*.

3. Bagi *E-Commerce* Shopee

Dapat memberikan wawasan tentang preferensi dan perilaku konsumen dan perilaku konsumen terkait penggunaan layanan *paylater*, yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan layanan serta dapat memperkuat citra shopee sebagai *platform e-commerce* yang *responsive* terhadap kebutuhan pelanggan.

4. Bagi Pengguna *Paylater* Shopee

Dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan risiko penggunaan layanan *paylater* di *platform* shopee serta mendorong pengguna untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam pengelolaan keuangan pribadi dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti pendapatan, literasi keuangan, dan persepsi risiko.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari proposal skripsi ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian , dan Sistematika Penulisan Proposal Skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi Pengertian Pendapatan, Literasi Keuangan, Persepsi Riskiko, Minat Menggunakan, *Paylater*, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai Jenis Penelitian, Definisi Oprasional Variabel, Populasi Penelitian, Sampel Penelitian, Data Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengujian Instrumen Penelitian, dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi Sejarah Perusahaan, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Produk dan Layanan yang disediakan oleh perusahaan.

BAB V PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis dari pengolahan data dan pembahasan mengenai pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *paylater*.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran terhadap penyusunan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Fintech* Payment Terhadap Financial Behavior Mahasiswa Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang). 1905036105.
- Adirinarso, D. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2022). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Ii, B. A. B. (2015). BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 2.1 Profil Umum Shopee Shopee merupakan salah satu. 46–63.
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Buhuts*, 19, 106–121.
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- Ningsih Wijaya, A., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Kabupaten Bekasi. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>
- Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 278–297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.222>
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*, 10. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5832>

- Persepsi, P., Dan, M., Risiko, P., Minat, T., Rozali, A., & Maulana, A. (2023). Menggunakan Tapcash BNI. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 187–199.
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan Technology Acceptance Model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 64–72.
- Risiko, P. P., & Kemudahan, P. (2022). Latar belakang secara subjektif dari pengguna internet dalam melakukan transaksi di internet (Marafon et al ., 04(02), 516–524.
- Selvy Diana Putri, L. S. M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Payment (Paylater) Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang*, 10(4), 883. <https://peneliti.net/index.php/IJEIT>
- Studi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2023). Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Payment (Paylater) Pada Aplikasi Shopee.
- Wijaya, A. N., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater Di Kabupaten Bekasi Global : *Jurnal Lentera BITEP Pendahuluan Perkembangan teknologi menciptakan suatu realitas baru yang dikenal sebagai*. 02(01), 28–41.