

BAB I

PENDAHULUAN

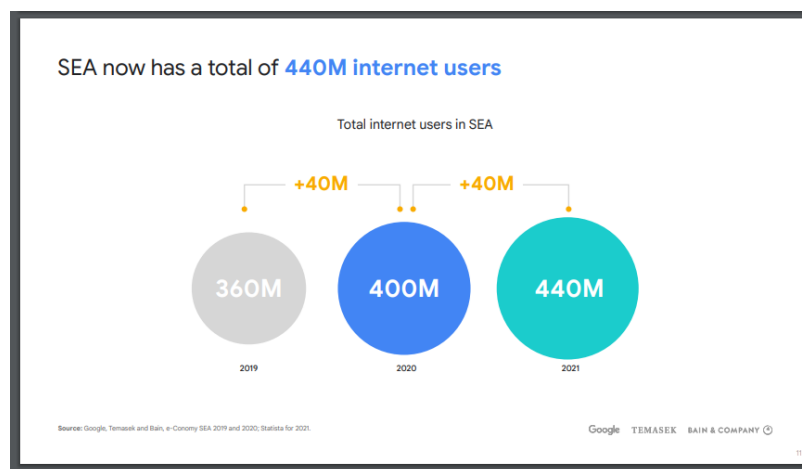
1.1 Latar Belakang

Perkembangan peradaban yang semakin pesat mendorong masuknya era globalisasi. Menurut *The American Heritage Dictionary* pengertian globalisasi adalah suatu tindakan proses atau kebijakan dalam hal membuat sesuatu diseluruh dunia. Berdasarkan pengertian tersebut, globalisasi dapat diartikan sebagai suatu tindakan proses atau pengambilan kebijakan untuk menghasilkan sesuatu yang *universal*. Manfaat dengan adanya globalisasi yang berkembang pesat dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat dalam setiap aktivitas kehidupan, salah satunya yaitu kemajuan dan perkembangan teknologi yang bergerak secara dinamis di era industri 4.0 yang menuntut segalanya serba cepat dan memberikan kemudahan yang baik [1]. Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah pada sektor keuangan. Kegiatan bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari sudah banyak dilakukan menggunakan *gadget* agar lebih mudah dan cepat. Transaksi pembayaran sebelumnya masih menggunakan uang tunai, tetapi dengan teknologi yang semakin maju proses pembayaran saat ini sudah dapat dilakukan dengan melakukan transaksi non tunai yaitu dapat dilakukan melalui jarak jauh dalam hitungan detik saja[2].

Alat pembayaran non-tunai sudah berkembang dan semakin lazim digunakan oleh kalangan masyarakat salah satunya *digital payment* [3]. *Digital payment* merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis, efisien dan aman dalam setiap bertransaksi. Sebagian orang mengenal *digital payment* sebagai dompet *digital* atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia [4]. *Digital payment* adalah pembayaran berbasis teknologi karena menggunakan elektronik sebagai medianya. Tahap dalam pembayaran *digital payment* uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi *digital* dan proses transfer diatur melalui alat pembayaran elektronik [5]. Pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat menggunakan elektronik disebut sebagai sebuah sistem

pembayaran *digital*[3].

Pembayaran *digital payment* melalui *smartphone* sudah berkembang pesat di beberapa negara berkembang salah satunya di Indonesia [6]. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *Global Consumer Insight Survey* tahun 2019 terdapat 47% Responden Indonesia sudah melakukan transaksi pembayaran *digital payment*. Peningkatan lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu kisaran 38% [7].



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Asia Tenggara tahun 2021[7]

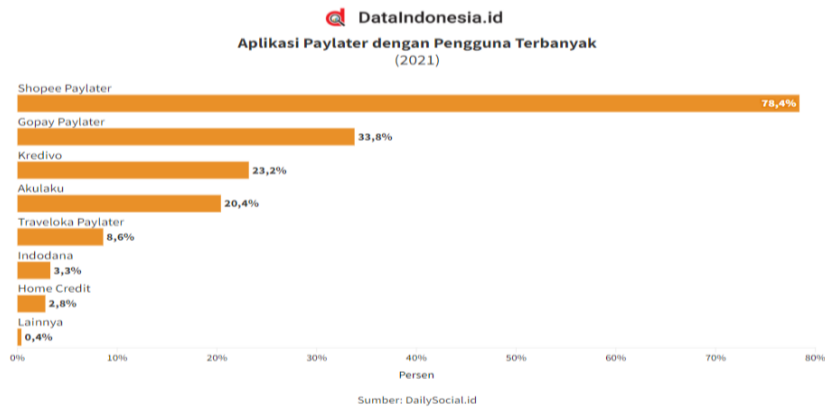
Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui bahwa masyarakat mulai beralih ke *digital payment* dalam transaksi keuangan. Tingginya minat masyarakat mengimplemantasikan sistem pembayaran *digital payment* dimasa pandemi membuat industri di bidang ini semakin berinovasi untuk mengembangkan sistem pembayaran yang lebih efisien dan menguntungkan bagi pengguna maupun penjual, maka berbagai perusahaan aplikasi mulai mempromosikan salah satu layanan *digital payment* yang menawarkan kemudahan dan manfaat, maka dikembangkanlah sistem pembayaran *paylater* [8]. Manfaat yang diperoleh dengan menggunakan *paylater* didalam kehidupan sehari-hari sebagai alat pembayaran antara lain [9] [10] [11]:

- a. Pembayaran non–tunai yang lebih praktis, efisien dan aman dalam setiap bertransaksi.
- b. Kelebihan pembayaran non tunai bagi masyarakat adalah lebih efisien dan

dapat dilakukan di mana saja tanpa adanya halangan.

- c. Menawarkan berbagai kemudahan yang membantu pengguna saat melakukan transaksi.
- d. Memungkinkan konsumen untuk mengurangi kebutuhan terhadap uang tunai.
- e. Memberikan kemudahan terhadap para pelaku usaha dan masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa harus menunggu dalam waktu lama untuk melakukan pembayaran.

Di Indonesia saat ini, pembayaran menggunakan fitur *paylater* disediakan oleh beberapa aplikasi *e-commerce* dan *travel agent online* diantaranya Gojek, Traveloka, Tiket, Tokopedia, Indodana, Akulaku dan Shopee [11]. Selanjutnya dari banyaknya aplikasi *e-commerce* yang menggunakan *paylater* sebagai salah satu dari pembayaran *digital* yang ada, maka penelitian ini kemudian menggunakan objek shopee *paylater* dikarenakan berdasarkan hasil riset pra kuesioner yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa shopee *paylater* memiliki pengguna terbanyak pada *platform paylater*, hasil pra kuesioner dapat dilihat pada Gambar 1.4 Survei Pra Kuesioner oleh karenanya dapat sejalan dengan penelitian terdahulu untuk dapat mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi seseorang memilih menggunakan *paylater* lebih mendalam. Alasan lain yang melatarbelakangi pemilihan objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan hasil riset *DailySocial.id*, yang menyatakan bahwa aplikasi *paylater* yang menduduki peringkat pertama dengan pengguna terbanyak yaitu shopee *paylater* mencapai 78,4%. Berikut merupakan Gambar 1.2 pengguna *paylater* yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2021 [13]:



Gambar 1. 2 Grafik pengguna *paylater* di Indonesia pada tahun 2021[13]

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan bahwa fitur *paylater* telah disediakan pada berbagai aplikasi *digital payment* salah satunya *shopee paylater* yang berhasil memimpin dengan persentase paling tinggi dibandingkan dengan penyedia layanan lain, adapun penelitian ini hanya memperhatikan faktor penerimaan seseorang untuk melakukan pembayaran menggunakan *shopee paylater*. Kemudahan yang ditawarkan layanan *digital payment* tersebut memicu meningkatnya tingkat belanja *online* dengan berbagai pilihan pembayaran terutama *paylater* telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku masyarakat yang baru dalam kebiasaan berbelanja *online* [12]. Perusahaan aplikasi penyedia produk *paylater* menggunakan sms *One Time Password* (OTP) untuk verifikasi akun serta dilengkapi dengan PIN dan autentikasi sidik jari untuk dapat memberikan rasa aman dalam bertransaksi [14].

Berdasarkan hasil riset *E-Commerce Behavior Report 2022* sebagian masyarakat belum tertarik menggunakan *paylater* karena tidak ingin menambah utang, takut boros dan takut tidak dapat membayar denda keterlambatan pembayaran[16]. Kemudian adanya keluhan yang ada di ulasan pada *Appstore* yang dapat dilihat melalui Tabel 1.1 berikut ini yaitu[13] :

Tabel 1. 1 Keluhan Pelanggan Shopee *Paylater*

No	Nama/ <i>Username</i> Pengguna	Keluhan	Link URL
1.	Diahsusanto	Sudah membayar Shopee <i>paylater</i> tetapi terdapat orang tidak dikenal yang menghubungi dengan 16 nomor berbeda.	https://apps.apple.com/id/app/shopee-8-8- pesta-supermarket/id959841443?l=id
2.	Rnd29	Memiliki bunga yang tinggi	https://apps.apple.com/id/app/shopee-8-8- pesta-supermarket/id959841443?l=id
3.	Tia Fatha	Kegagalan dalam pengajuan limit.	https://apps.apple.com/id/app/shopee-8-8- pesta-supermarket/id959841443?l=id



Gambar 1. 3 Lampiran Keluhan Pelanggan

Berdasarkan dari pra penelitian didapatkan hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google Form* yang disebarkan kepada 31 responden yang menggunakan Shopee *paylater* yang terdapat pada Gambar 1.3 pengguna pernah mengalami kendala saat menggunakan shopee *paylater*. Kejadian tersebut mengakibatkan pengguna layanan *paylater* mengalami kerugian.



Gambar 1. 4 Survei Pra Penelitian

Dibutuhkan *trust* pengguna yang dipandang menjadi sesuatu yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat seseorang memilih menggunakan transaksi pembayaran *paylater* [17]. *Trust* awal pengguna berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat dalam menggunakan *digital payment* [18]. Pengguna yang memiliki *trust* dalam penggunaan transaksi *digital payment* akan memberikan dampak baik bagi perusahaan penyedia layanan. Perusahaan penyedia layanan harus meningkatkan layanannya agar para pengguna percaya dalam menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi. *Trust* pengguna merupakan hal penting dalam pondasi bisnis *digital payment*, dengan membangun *trust* maka akan terjalin hubungan jangka panjang dengan pengguna dan menciptakan konsumen yang loyal. Pengguna yang memiliki *trust* terhadap teknologi *digital payment* maka ia akan tertarik untuk memakai sistem tersebut, begitu pula sebaliknya [19].

Pada beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan analisis terhadap penerimaan teknologi informasi yang dapat dilakukan dengan berbagai metode, diantaranya model *Theory Of Reasoned Action* (TRA), *Theory Of Planned Behaviour* (TPB), *delone dan mclean*, *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT), Serta Metode UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dalam UTAUT2 menerapkan *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social influence*, *Price value*, *Hedonic Moivation*, *Habit* dari UTAUT 2 [5]. Secara umum model *EXTENDED UTAUT 2* memiliki beberapa variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *price value*,

hedonic motivation, habit, trust, dan risk yang sesuai dengan topik permasalahan pada penelitian [20]. Begitu juga pada penelitian sebelumnya telah dilakukan analisis terkait faktor-faktor metode *EXTENDED UTAUT 2* terhadap *digital payment*, dan faktor *trust* yang mempengaruhi sebuah penerimaan teknologi baru[20].

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, dilakukan penelitian dengan judul **Identifikasi faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam sistem pembayaran *Paylater* dengan menggunakan metode *EXTENDED UTAUT 2* studi kasus Shopee *Paylater***. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu *EXTENDED UTAUT 2*. *Extended Utaut 2* dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengguna memilih menggunakan *shopee paylater*, serta metode UTAUT 2 cocok digunakan di negara berkembang dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengguna menggunakan *digital payment* baru yaitu *paylater* di Indonesia [21].

1.2 Perumusan Masalah

Selama pandemi, telah terjadi perubahan perilaku pengguna untuk memanfaatkan *paylater* dalam pembayaran, tetapi berdasarkan observasi dan pra kuesioner terdapat kasus pencurian dan kegagalan dalam pengajuan limit serta memiliki denda keterlambatan yang tinggi, maka perlu diketahui faktor penerimaan pengguna untuk melakukan pembayaran *paylater* melalui indikator *EXTENDED UTAUT 2*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian adalah faktor apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran *digital payment*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor penerimaan seseorang untuk melakukan pembayaran *shopee paylater* melalui indikator

EXTENDED UTAUT 2.

1.5 Batasan masalah/Ruang lingkup

Peneliti membatasi masalah pada penelitian ini di antaranya:

1. Pengambilan data responden menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik sampel *Purposive sampling* yang memiliki jumlah minimal 92 sampel.
2. Tahun pelaksanaan penelitian yaitu pada tahun 2022.
3. Layanan *paylater* yang akan digali yaitu shopee *paylater*.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan sebagai usaha untuk mengetahui secara mendalam tentang faktor yang mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap suatu produk seperti shopee *paylater* yang berkembang dibidang sistem pembayaran keuangan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu perusahaan penyedia produk *digital payment* diantaranya yaitu hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan untuk pengembangan berkelanjutan layanan bagi *e-commerce* penyedia layanan shopee *paylater*.

3. Bagi Pembaca

Dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi referensi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis selanjutnya.