

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi di Indonesia saat ini berlangsung di segala bidang, salah satu kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah di bidang keuangan. Dengan adanya kemajuan teknologi di bidang keuangan dapat mempermudah masyarakat Indonesia untuk melakukan bisnis. Perkembangan teknologi dan hiruk pikuk aktivitas manusia yang semakin meningkat telah menciptakan peluang bisnis online. Adanya eksistensi aplikasi non-bank yang dirintis oleh beberapa perusahaan IT bermaksud untuk mencukupi keperluan teknis masyarakat akan metode pembayaran yang mudah. Penyebab perkara ini muncul dikarenakan situasi masyarakat sekarang ini membutuhkan cara transaksi yang mudah dan cepat untuk memenuhi kebutuhan. Untuk itulah *financial technology* hadir memberikan solusi kepada masyarakat. Sementara itu sejak tahun 2016, *financial technology* sudah hadir di Indonesia. Setelah itu, Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) didirikan sebagai media bagi penyelenggara *fintech* untuk mengadvokasi dan berkolaborasi agar memperkuat daya saing industri fintech di Indonesia. Pada tahun 2019 Bank Indonesia mengkonfirmasi bahwa *financial technology* merupakan hasil perpaduan antara jasa keuangan dan teknologi yang pada akhirnya mengubah model bisnis versi tradisional menjadi moderat, yang semula membutuhkan sejumlah uang tunai untuk dibayarkan dan dilakukan secara tatap muka, kini pembayaran dapat dilakukan dari jarak jauh, yang mampu melakukannya dalam hitungan detik. Masyarakat Indonesia mulai merancang cara baru untuk pembayaran non-tunai melalui *fintech*, dikarenakan kemudahan dan kecepatan ketika melakukan pembayaran melalui *fintech*. *Financial technology (Fintech)* merupakan salah satu motor penggerak ekonomi digital di Indonesia, dan sejak 2017, *Fintech* memimpin pendanaan startup di Indonesia. Fintech lending yaitu penerapan meminjamkan dana baik untuk individu dan bisnis melalui platform online yang bertindak sebagai

perantara langsung antara pemberi pinjaman dan yang meminjam. Sistemnya beroperasi pada platform online, rata-rata dalam bentuk situs web, dengan menggunakan alat analisis atau pemeringkatan kredit tertentu (DSResearch, 2020).

Salah satu *Fintech* yang sangat populer dan sangat dekat dengan masyarakat saat ini yaitu uang elektronik atau disebut juga dengan *e-money*. Uang elektronik (*e-money*) adalah bentuk terobosan baru dalam sistem transaksi di Indonesia. Di Indonesia, pengembangan *e-money* yang termasuk keluaran produk baru didukung oleh Bank Indonesia untuk menjadikan masyarakat Indonesia *cashless society* yaitu kegiatan ekonomi yang dikerjakan oleh sekelompok orang yang tidak memakai uang tunai untuk transaksi keuangan, namun sudah dalam bentuk kartu atau dikerjakan secara elektronik di masa yang akan datang (Candraditya, 2013). Sedangkan di Indonesia, *e-money* atau biasa dikenal dengan nama uang elektronik pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007. Saat ini, masyarakat sudah menyesuaikan diri dalam menggunakan transaksi elektronik sebagai alternatif pembayaran tradisional atau konvensional (Tony Sitinjak, 2019). Belum lama ini, *e-money* atau uang elektronik menjadi pengganti uang tunai yang dianggap lebih efektif dan modern, serta kemudahan dan kecepatan dalam menggunakan *e-money* atau uang elektronik menjadi alasan mengapa masyarakat beralih dari transaksi secara tunai ke transaksi non tunai. Karena penggunaan *e-money* yang lebih praktis, *e-money* atau uang elektronik memerankan alat transaksi yang lebih gampang. Tak heran apabila *e-money* sudah menyebar luas di kalangan masyarakat. Transaksi yang umum digunakan justru dibutuhkan dengan *e-money* yaitu transportasi (TransJakarta, kereta api), tol, dan parkir. Bahkan *e-money* atau uang elektronik telah merambah ke beberapa Lembaga Pendidikan (Utami, 2017).

Fenomena *e-wallet* atau biasa disebut dengan dompet digital yang saat ini sedang naik daun, dengan adanya perkembangan pengguna *e-wallet* di Indonesia yang semakin pesat. *E-wallet* adalah aplikasi atau akun prabayar

yang bisa menjaga atau memberi perlindungan berupa kata sandi yang dimana pemakai *e-wallet* tersebut melakukan penyimpanan dana, agar proses bertransaksi dapat diselesaikan secara digital. Munculnya bermacam-macam *e-wallet* dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya akhirnya membuat masyarakat perlu selektif dalam mengambil keputusan yang tepat tentang pengguna *e-wallet* dalam bertransaksi di kehidupan sehari-hari. Banyaknya fasilitas *e-wallet*, setiap penyedia layanan perlu menginovasi dan mempehatikan kualitas kinerjanya dari segi teknologi, kenyamanan, pemasaran, keamanan, manfaat yang ditawarkan, dan tingkat layanan (Lalu Agustino, 2021). Bahkan, sebenarnya *e-wallet* juga termasuk dalam kategori uang elektronik atau disebut juga dengan *e-money*. *E-wallet* adalah aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang mengamankan nominal uang elektronik. Tidak diperlukan media kartu, sederhananya hanya dengan membawa *smartphone* maka masyarakat bisa menggunakan *e-wallet* untuk berbagai macam transaksi (Widiyanti, W. 2020).

Ada banyak jenis *e-wallet* atau *e-commerce* raksasa yang menerapkan fitur *Paylater* yaitu ada Shopee, LinkAja, Traveloka, Dana, Blibli, Akulaku, Bukalapak, Kredivo, Tokopedia, dan lain-lain. Bukan rahasia lagi bahwa progam *Paylater* memiliki sistem yang menawarkan fitur dan keuntungan yang sama dengan kartu kredit. Konsep dasar dari fungsi model transaksi ini adalah “Beli Sekarang, Bayar Nanti” (Prastiwi & Fitria, 2021). *Paylater* adalah sistem penundaan pembayaran dengan kata lain kita bisa membeli sekarang tanpa harus bayar langsung, akan tetapi sebagai gantinya ketika membayar setiap bulan ada bunganya. Pada dasarnya, *paylater* merupakan sebuah layanan yang memfasilitasi guna menunda pembayaran atau hutang yang nantinya harus dilunasi (Kristianto, 2022). *Paylater* memperkenankan orang untuk membeli apa saja, baik itu barang maupun jasa, dengan cara menyicil tanpa kartu kredit. Adanya *Paylater* ini tentunya membuat masyarakat lebih mudah untuk bertransaksi. *Paylater* semakin populer karena adanya fitur pembayaran yang dapat digunakan untuk membayar “nanti”, berbagai transaksi seperti belanja online hingga membayar tiket pesawat,

booking hotel, dan isi paket data (Hadijah, 2019).

Pembayaran dengan menggunakan sistem *Paylater* sangat bagus untuk beberapa layanan aplikasi. bukan hanya bermanfaat untuk penyedia jasa, akan tetapi juga bermanfaat untuk konsumen. Penggunaan *Paylater* jauh lebih praktis, membutuhkan waktu yang singkat untuk regridasi dan jauh lebih cepat penggunaannya dibandingkan dengan kartu kredit. Karena proses untuk mengajukan kartu kredit memerlukan lebih banyak persyaratan dokumentasi dibandingkan persyaratan untuk *Paylater* (Hardhika & Huda, 2021).

Dalam penelitian ini digunakan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan *Paylater*. Ditentukannya variable independen dan dependen ini bukan tanpa alasan. Secara teoritis, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat sudah berdiri dengan mapan sebagai variable independen terhadap minat konsumen. Disisi lain, fenomena yang ada di lapangan tentang persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan *Paylater* menarik untuk diteliti lebih lanjut. Perceived usefulness (persepsi manfaat) didefinisikan seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan system informasi tertentu akan mengembangkan kinerja mereka. Dari pengertian tersebut kita mengetahui bahwa persepsi kemanfaatan adalah suatu keyakinan dalam cara pengambilan keputusan. Apabila seseorang tersebut menganggap sistem itu berguna, mereka akan menggunakannya. Dan apabila seseorang tersebut menganggap bahwa system informasi kurangbermanfaat, maka dia tidak akan mempergunakan system tersebut (Davis, F. D. 1989). *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan) adalah tingkat keyakinan bahwa memakai sistem tertentu tidak membutuhkan banyak usaha (Davis, 1989). Persepsi kemudahan berarti seseorang tidak memerlukan usaha yang besar dan sulit dalam menghadapi teknologi informasi (Ahmad & Pambudi, 2013). Akan tetapi masih terdapat kesenjangan di penelitian-penelitian sebelumnya mengenai variable-variabel tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Asja, Susanti & Fauzi (2021), Tony Sitinjak (2019), dan Lalu Agustino (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Di penelitian lain oleh Rahmawati & Yuliana (2020) mendapatkan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat *pengguna e-wallet*. dalam penelitiannya Abrilia & Tri (2020), menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Dalam penelitiannya Purnamasari (2021) yang mendapatkan hasil persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran *e-wallet*. Di penelitian lainnya oleh Rossa (2022) menjelaskan bahwa variabel kemudahan penggunaan menunjukkan korelasi positif terhadap minat *pengguna e-wallet*. Penelitiannya yang lainnya dijelaskan oleh Asja (2021) mendapatkan hasil persepsi kemudahan, dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*.

Maka dari itu untuk menjawab inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, dirasa perlu untuk menyusun model penelitian baru. Penelitian baru ini akan menggunakan variable moderasi yang memiliki peran *joint effect* (pengaruh gabungan) dengan cara memberi efek atas keterkaitan (pengaruh) dengan cara memberi efek atas keterkaitan atau pengaruh variable independent terhadap dependen. Peran yang diberikan berbentuk untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independent dan dependen.

Daya tarik promosi sebagai variable moderasi dipilih dalam riset ini dengan dasar acuan bahwa variable *e-wallet* sudah berdiri mapan sebagai variable independent terhadap dependen. Daya Tarik Promosi atau periklanan adalah setiap penyajian komunikasi non-personal tentang ide, produk, dan layanan yang ditawarkan oleh produsen dengan maksud agar konsumen membeli produk yang ditawarkan (Tjiptono, F. 2015). Hal ini didasarkan bukti empiris penelitian terdahulu. Seperti penelitiannya yang dilakukan Endriyanto & Indrarini (2022), menjelaskan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian lainnya ada Lalu Agustino (2021) dan

Aisha & Kurnia (2022). menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan fenomena yang ada dan kesenjangan penelitian, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pengguna Paylater Dengan Daya Tarik Promosi Sebagai Variabel Moderating”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Paylater*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Paylater*?
3. Apakah daya tarik promosi dapat memoderasi variable persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Paylater*?
4. Apakah daya tarik promosi dapat memoderasi variable persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pengguna *Paylater*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat pengguna *Paylater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh variable (daya tarik promosi) dalam memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Paylater*.
4. Untuk mengetahui pengaruh variable (daya tarik promosi) dalam memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Paylater*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan membawa banyak manfaat bagi banyak pihak, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya yang dapat dibandingkan dengan hasil penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan materi mengenai fitur layanan *Paylater* di lingkungan kampus. Bagi pengembang fitur layanan *Paylater*, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk membuat sistem layanan keuangan berbasis teknologi sesuai kebutuhan mahasiswa. Penelitian ini juga bisa dipergunakan oleh masyarakat luas sebagai referensi dan wawasan.