

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era revolusi industri semakin mendunia dari masa ke masa. Perkembangan teknologi digital telah meluas hampir dalam seluruh aspek kehidupan manusia mulai dari kegiatan berbelanja, transportasi, pariwisata, donasi dan kegiatan ekonomi lainnya yang dapat diakses secara digital (Aulia et al, 2020). Era revolusi industri dunia ke empat merupakan suatu masa yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi siber yang akan mempermudah masyarakat untuk mengakses sesuatu dalam keadaan dan situasi apapun. Pada era revolusi industri 4.0, teknologi sudah menjadi kebutuhan penting bagi manusia sehingga sebagian besar dari aktivitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi.

Teknologi merupakan alat yang mempermudah manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Berbagai inovasi baru bermunculan di bidang teknologi digital mulai dari perangkat keras, perangkat lunak hingga perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi digital dibuktikan dengan penggunaan gadget dan internet yang didukung oleh berbagai aplikasi canggih.

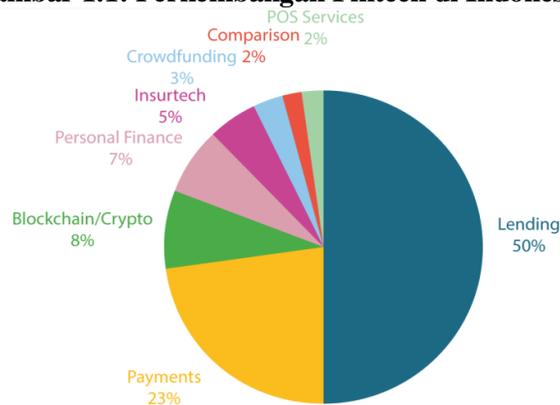
Menurut hasil survei pada tahun 2018 sampai 2020 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan pengguna

internet pada tahun 2018 sampai 2020 mengalami peningkatan dari total 171,17 juta jiwa menjadi 196,71 juta jiwa, di mana total populasi penduduk Indonesia saat itu adalah 266,91 juta jiwa. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi ini pun membawa perubahan terhadap gaya hidup masyarakat. Kehidupan masyarakat menjadi sangat dekat dengan gadget ditambah dengan internet yang didukung dengan fasilitas pelayanan berbasis teknologi digital. Penggunaan gadget yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas tersebut membuat aktivitas sehari-hari mereka menjadi lebih terbantu dan menjadi lebih mudah (Wildan, 2019).

Perkembangan teknologi digital merambah sampai pada dunia bisnis. Dalam kegiatan bertransaksi, penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu dalam melakukan interaksi. Saat ini, fenomena inovasi pada industri jasa keuangan merubah pandangan industri secara global. Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Fenomena ini disebut dengan *Financial Technology* atau *Fintech*. Menurut *The National Digital Research Center* (NDRC), *fintech* merupakan suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi modern. *Fintech* adalah sebuah sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi atau model bisnis baru yang berdampak pada kestabilan moneter, kestabilan sistem keuangan atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta keandalan dalam sistem pembayaran (Aulia, 2020).

Fintech memiliki keunggulan di budang inovasi. *Fintech* menjanjikan untuk membentuk kembali industri keuangan dengan memotong biaya, meningkatkan kualitas layanan keuangan, dan menciptakan lanskap keuangan yang lebih beragam dan stabil (Lee, 2018).

Gambar 1.1: Perkembangan Fintech di Indonesia



Sumber : *Fintech News Indonesia from desk research, 2020*

Negara Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan *Fintech* yang dapat dibuktikan dengan banyaknya produk baru yang bermuncula serta didukung oleh besarnya pengguna internet di Indonesia. Industri *Fintech* di Indonesia didominasi oleh sektor Lending sebesar 50%, *Payment* sebesar 23%, dan sisanya diisi oleh sektor lainnya (DSResearch, 2020). Ini menunjukkan bahwa saat ini sektor pembayaran berada di urutan kedua dalam menguasai pasar *Fintech* di Indonesia. Salah satu ide yang menarik dari *Fintech Payment* adalah penerapan sistem bayar nanti/*paylater* (Pratika, 2020). Penerapan *paylater*, yaitu konsumen dapat membeli

produk yang diinginkan tanpa melakukan pembayaran terlebih dahulu, di mana pembayaran dapat dilakukan dengan cara mencicil dan membayar lunas pada saat jatuh tempo pinjaman. System *paylater* ini seringkali ditemui dalam transaksi *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* bukanlah suatu hal yang baru atau asing bagi masyarakat. Berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media online (Mulyana,2016). Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangatlah pesat, bahkan persaingan antar *e-commerce* ini sangatlah ketat. Ketatnya persaingan antar perusahaan *e-commerce* membuat perusahaan *e-commerce* harus menerapkan strategi yang dapat menarik konsumen-konsumennya. Salah satunya dengan menerapkan system *paylater* sebagai salah satu alat pembayaran yang dapat digunakan konsumen dalam bertransaksi. Contoh perusahaan *e-commerce* yang menerapkan system ini adalah Shopee.

Shopee merupakan platform online atau aplikasi pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, Vietnam) dan Taiwan yang menawarkan transaksi jual beli *online* dan terpercaya via ponsel. Banyak fitur yang ditawarkan, seperti gratis ongkir, murah lebay, *cashback* dan lain-lain. Selain itu, konsumen bisa mendapatkan *update* terbaru dari akun Shopee penjual yang diikuti oleh akun Shopee konsumen. Selain itu, konsumen dapat menambahkan daftar

favorit konsumen yang terdiri dari berbagai produk, seperti produk-produk *fashion*, elektronik, alat kecantikan dan produk-produk aksesoris lainnya. Shopee menghadirkan fitur *paylater* pada aplikasinya yang dikenal dengan *SPaylater*. Fitur *SPaylater* ini diluncurkan pada awal tahun 2019 sebagai salah satu jenis metode pembayaran terbaru dalam melakukan transaksi belanja. *SPaylater* ini hanya dapat digunakan oleh pengguna Shopee yang terpilih, di mana mereka dapat membeli sebuah produk yang pembayarannya dapat dilakukan melalui cicilan sesuai dengan periode pembayaran yang mereka pilih. Untuk layanan *SPaylater* ini, Shopee berkerjasama dengan perusahaan *peer-to-peer* (P2P) *lending* PT Lentera Dana Nusantara (LDN). *SPaylater* menjadi solusi keuangan tanpa jaminan dan kartu kredit bagi pengguna aplikasi Shopee (PT LDN, 2021). *SPaylater* paling banyak digunakan di Indonesia dengan hasil riset 78,4%, lalu diikuti *GoPaylater* 33,8% dan *Kredivo Paylater* (23,3%) (Databoks, 2021).

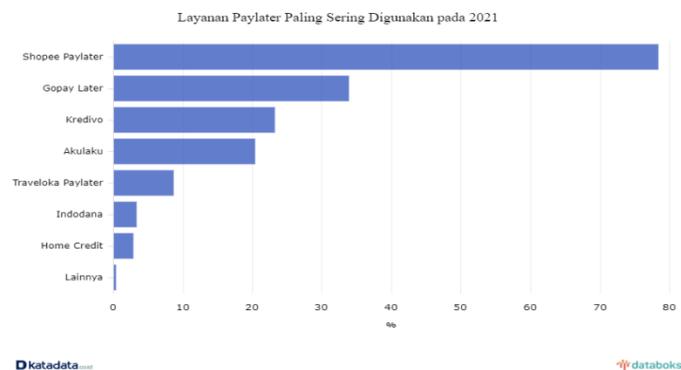
Tabel 1.1 : Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking Appstore	Rangking Playstore	Instagram	Jumlah Karyawan
Tokopedia	147,790,000	2	4	3,828,300	4,944
Shopee	126,996,700	1	1	7,757,940	12,192
Bukalapak	29,460,000	6	5	1,661,140	2,316
Lazada	27,670,000	3	2	2,975,370	4,126
Blibli	18,440,000	8	7	1,622,480	1,979

Sumber : www.iprice.co.id

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa Shopee menduduki peringkat pertama sebagai layanan yang paling sering diunduh pada aplikasi Appstore dan Playstore. Di sosial media Instagram, Shopee juga menduduki peringkat pertama sebagai akun Instagram dengan kunjungan tertinggi sejumlah 7,7 juta lebih pengikut. Selain itu, Shopee memiliki jumlah karyawan sebanyak 12 ribu lebih. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang paling populer digunakan saat ini.

Gambar 1.2: Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021



Sumber : Databoks, 2021

Penggunaan *SPaylater* dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Ini mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, berdiskusi uang dan masalah keuangan tanpa (atau meskipun) ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan tanggap kompeten untuk peristiwa

kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam ekonomi umum (Latifiana). Menurut *Financial Aptitude Index* OCBC NISP, pada tahun 2021 penduduk Indonesia memiliki tingkat literasi keuangan yang diketahui hanya 37,72 dari 100. Hal itu menunjukkan bahwa tingkat literasi Indonesia masih jauh lebih rendah dari Singapura, di mana pada tahun 2020 tetap berada di angka 61. Indeks Kecakapan Keuangan yang digagas oleh OCBC NISP dianggap penting karena ada 46% responden yang memiliki keyakinan bahwa rencana keuangan mereka saat ini akan memastikan kesuksesan finansial mereka di masa yang akan datang. Namun, dalam kenyataannya hanya 16% yang memiliki dana darurat untuk menopang gaya hidup mereka jika sewaktu-waktu kehilangan pekerjaan. Menurut sumber lain, ada 86% yang umumnya menyimpan sebagian dari pendapatan mereka sebagai tabungan dan ada 43% yang mengatakan mereka masih mendapatkan pinjaman uang dari keluarga atau pun teman mereka dalam satu tahun terakhir. Selain itu, banyak kasus di mana investasi tidak dilakukan dengan baik, padahal produk investasi hanya 3%. Ada 85,6% generasi muda yang masih tidak sehat secara finansial dan membutuhkan diagnosis segera, sedangkan sisanya terlihat sehat tetapi masih belum ideal.

Dalam penggunaan *SPaylater* sebagai salah satu produk *fintech payment* juga dapat dipengaruhi oleh risiko. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang mungkin menimbulkan kerugian kepada pengguna (Nizar, 2020). Risiko ini tentu dirasakan setiap pengguna (Nizar, 2020). Risiko yang awal dirasakan pengguna adalah risiko

kejahatan atau *cyber risk*. Kejahatan ini dapat mengancam setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen, bahkan keamanan data pribadi setiap pengguna juga tidak luput dari ancaman kejahatan ini (Aini, 2020). Kebocoran data pribadi dan penyalahgunaan data dapat merugikan pengguna. Bisnis *fintech* merupakan bisnis dengan kepercayaan antara pengguna dan pengembang, di mana jika terjadi sebuah kebocoran data, pemalsuan data, penyalahgunaan data, dan lain sebagainya, maka sama saja dengan merusak kepercayaan antara pengguna dan pengembang atau sebaliknya (Wildan, 2019). Dalam hal ini, kepercayaan sangatlah penting, dimana pengguna dan pengembang *fintech* tidak dipertemukan secara langsung karena penggunaannya yang dilakukan secara jarak jauh.

Berbagai potensi yang dapat merugikan kedua pihak pada *fintech*, seharusnya dapat teratasi oleh pengelola *fintech* dengan meningkatkan keamanan dari sistem yang dimilikinya dan memberikan edukasi terhadap calon pengguna, sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesalahan yang merugikan pengguna karena penggunaan *fintech* itu sendiri dilakukan secara mandiri oleh penggunanya (Aini, 2020). Setiap risiko dapat diminimalisir dengan kebijakan-kebijakan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, di mana dengan kebijakan-kebijakan tersebut dapat mencegah bahkan tidak menimbulkan kerugian-kerugian diantara kedua belah pihak. Sebagian Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta yang telah menggunakan produk *fintech* tidak terlalu mengawatirkan risiko yang ada dalam penggunaan produk *fintech*. Mereka tetap akan menggunakan produk meskipun berisiko.

Tabel 1.2 : Tingkat Keberhasilan Bayar

Deskripsi	Desember 2020	Januari 2021	Februari 2021	Maret 2021
Tingkat Keberhasilan/Kualitas Pinjaman				
TKB 90	95,22%	98,22%	98,41%	98,68%
TWP 90	4,78%	1,78%	1,59%	1,32%

Sumber : *www.ojk.go.id*

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, kemudahan yang ditawarkan metode *paylater* berdampak negatif apabila pengguna yang menggunakan metode pembayaran *paylater* tidak bertanggung jawab atau tidak mampu membayar kewajibannya karena mengalami penurunan ekonomi akibat Covid-19 maupun alasan lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel di atas, di mana terdapat penurunan TKB 90 (Tingkat Keberhasilan Bayar 90) sebesar 1,32%, sehingga terdapat kenaikan gagal bayar dalam perkembangan *fintech lending* (Asja, 2021). Berdasarkan data statistik PT. Lentera Dana Nusantara, data tersebut menunjukkan bahwa ukuran TKW 90 sebesar 2,12% per Oktober 2021 dan jumlah akumulasi *Borrower SPaylater* semenjak berdiri, yaitu 2.710.736. Mengenai akun *Borrower SPaylater* yang aktif, ada sebanyak 1.771.269 akun yang aktif (PT LDN, 2020).

Berbagai manfaat yang dilengkapi kemudahan yang disediakan pihak Shopee, maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan Shopee *Paylater* saat berbelanja. Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, maka dapat pula memicu

para *hacker* untuk melakukan kejahatan, seperti membobol akun *paylater* lalu disalahgunakan untuk keuntungan diri mereka sendiri (Putri, 2020).

Berdasarkan RISED dengan responden berjumlah 1.544, menghasilkan 77,20% yang beranggapan bahwa akses dalam penggunaan fitur *paylater* lebih mudah dilakukan daripada kartu kredit (Asja, 2021). Hal itu disebabkan oleh fitur *paylater* yang bisa diakses oleh siapa saja, walaupun pengguna belum masuk ke kriteria sebagai peminjam di dunia bank. Alasan pengguna memilih untuk menggunakan *paylater* adalah karena syarat dan proses dalam penggunaannya yang mudah dengan persentase 60,5%, minimal transaksinya kecil dengan persentase 37,15%, tidak dikenai admin jika tidak digunakan dengan persentase 31,65%, dan dapat berhenti menggunakan *paylater* kapanpun dengan persentase 30,4% (Rahardyan, 2021).

Minat pada penelitian ini adalah minat dalam menggunakan sistem layanan Shopee *Paylater*. Minat ini merupakan perasaan di mana pengguna aplikasi Shopee akan merasa tertarik pada salah satu fasilitas pembayaran yang disediakan oleh Shopee, yaitu layanan Shopee *Paylater* tanpa paksaan atau sukarela. Selain itu, pengguna berpendapat bahwa layanan Shopee *Paylater* akan memberikan manfaat untuk pengguna.

Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, maka tidak dapat terhindari dari kejahatan *cyber*. Pelaku kejahatan *cyber* memiliki banyak cara untuk mendapatkan akun pengguna Shopee. Salah satu cara yang paling sering digunakan, yaitu modus

meminta kode OTP dengan iming-iming hadiah atau modus untuk melakukan verifikasi dengan membuka laman situs yang sama dengan halaman Shopee. Setelah pelaku mendapatkan akun Shopee tersebut, maka pelaku akan mulai menyalahgunakannya untuk melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *SPaylater* (Fajar, 2020).

Saat ini banyak kasus yang ikut melibatkan e-commerce di Indonesia, berdasarkan kompas.com pada tanggal 06 November 2021 Kepala Kebijakan Publik Shopee Indonesia Radityo Triatmojo menyampaikan bahwa nomor yang beredar luas di medsos tersebut bukanlah nomor resmi Shopee. Ia juga menegaskan, nomor tersebut merupakan modus penipuan yang mengatasnamakan Shopee. "Kami terus memonitor kasus penipuan yang mengatasnamakan Shopee dan ShopeePay di luar sana, serta melakukan berbagai upaya agar pengguna terhindar dari kasus atau modus penipuan apa pun," ujar Radityo saat dihubungi Kompas.com, Kamis (10/6/2021). Adapun upaya yang dilakukan yakni mereka memiliki tim internal yang berdedikasi untuk memantau fraud seperti kasus penipuan ini. Tindakan ini dilakukan guna menindaklanjuti kasus yang tidak diinginkan terjadi.

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kecerdasan dalam berfikir, dan perencanaan dalam bertindak. Berfikir kritis serta bertindak cepat dan tepat merupakan sifat yang sudah melekat pada diri setiap mahasiswa. Mahasiswa memiliki kedekatan dengan teknologi digital dan memanfaatkan aplikasi Shopee

dalam berbelanja maupun bisnis. Oleh karena itu, penulis fokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta merupakan mahasiswa yang senantiasa berhubungan dengan dunia perekonomian khususnya bisnis dibandingkan dengan mahasiswa jurusan lainnya. Diharapkan sebagai mahasiswa ekonomi dan bisnis mampu menguasai perkembangan dunia perbisnisan di era digital khususnya *Financial Technology (fintech)*.

Penelitian ini merupakan bentuk replikasi dari penelitian Asja (2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut.

1. Objek penelitian pada penelitian sebelumnya, yaitu masyarakat DKI Jakarta. Sedangkan, objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
2. Peneliti menambahkan satu variabel yang belum di pertimbangkan oleh peneliti sebelumnya, yaitu literasi keuangan. Hal yang mendasari peneliti menambahkan variabel literasi keuangan adalah menurut penelitian Mudrikah (2021) menyatakan bahwa tingkat literasi Mahasiswa FEBI UIN SumateraUtara di ketahui sebesar 29,10%. Tergolong kedalam kategori *Well literate* serta adanya pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi.

Berdasarkan masalah diatas peneliti memberikan judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat menggunakan *Fintech*

Payment (Paylater) Pada Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *fintech payment paylater* pada Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko yang diperoleh dari penggunaan *fintech payment paylater* pada Shopee

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat dan kegunaan antara lain sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Bagi Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis sebagai keperluan studi.

2. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan mengenai perkembangan *financial technology* di Indonesia melalui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fitur *spaylater* dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang diperoleh dapat menambah pengetahuan perusahaan yang mengembangkan *financial technology* terutama fitur *paylater*.