

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut (Masputra et al., 2023) bahwasannya inovasi teknologi keuangan terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Saat ini, layanan keuangan yang menawarkan fasilitas pinjaman online sedang menjadi tren sebagai alat pembayaran di beberapa e-commerce besar di Indonesia. Salah satu e-commerce yang menyediakan fasilitas PayLater sebagai alternatif metode transaksi belanja adalah Shopee. Fasilitas ini memungkinkan pengguna untuk meminjam dana dengan nama Shopee PayLater dan berbelanja online melalui marketplace Shopee meskipun tidak memiliki dana yang cukup untuk berbelanja. Penelitian kuantitatif dengan desain penelitian konklusif dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahanterhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *judgemental sampling* dan *snowball sampling* dengan jumlah sampel 110 responden pengguna Shopee yang pernah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

Hasil penelitian menyarankan agar Shopee PayLater memperhatikan dan memastikan bahwa aplikasi ini memiliki jaminan keamanan yang memadai. Hal ini dapat membantu membangun citra yang baik dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap Shopee PayLater. Dengan demikian, pengguna akan lebih percaya diri dalam mengambil keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Shopee PayLater (Putri & Iriani, 2020) Aplikasi Shopee pertama kali diperkenalkan pada tahun 2015 di Singapura oleh SEA Group. Pada tahun yang sama, PT Shopee International Indonesia memperkenalkan aplikasi Shopee di Indonesia. Aplikasi ini merupakan salah satu platform belanja online yang menyediakan berbagai macam produk untuk para konsumen. Selain itu, aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur live chat yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk berinteraksi dengan mudah.

Tabel 1.1
Data Pengunjung E-Commerce 2019-2022

Tahun	Shopee	Bukalapak	Tokopedia
2019	74.995.300	115.256.600	137.200.900
2020	93.044.000	35.228.000	86.103.000
2021	961.051.000	29.880.000	392.013.000
2022	131.200.000	137.000.000	157.200.000

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Berdasarkan tabel di atas, Shopee merupakan salah satu e-commerce yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Dalam rentang waktu 2019-2022, Shopee berhasil meraih peringkat 2 pada tahun 2019 dengan total pengunjung sebanyak 74.995.300, peringkat 1 pada tahun 2020 dengan total pengunjung sebanyak 93.103.000, dan kembali mempertahankan posisinya pada peringkat 1 pada tahun 2021 dengan total pengunjung sebanyak 961.051.000. Dengan peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan dari tahun ke tahun, Shopee menjadi platform belanja online yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Shopee meluncurkan fitur terbarunya, yaitu Shopee PayLater pada 6 Maret 2019. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk meminjam dana secara instan dari PT. Lentera Dana Nusantara (PT. LDN), sebuah perusahaan peer-to-peer lending yang bekerja sama dengan Shopee. Dengan Shopee PayLater, pengguna platform Shopee dapat membeli produk tanpa harus membayar secara langsung. Sebagai gantinya, pengguna dapat membayar tagihan di bulan berikutnya atau dengan metode cicilan selama beberapa bulan. Shopee PayLater dapat meminjamkan hingga Rp 750.000 kepada pengguna baru Shopee yang memenuhi syarat. Dengan Shopee PayLater, pengguna dapat membayar belanjaan dalam waktu 1 bulan tanpa bunga. Selain itu, cicilan yang diberikan pun memiliki estimasi yang sangat panjang, yaitu 2 atau 3 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Syarat yang dipergunakan untuk Shopee PayLater ini hanya memerlukan Kartu Identitas atau Kartu Tanda Penduduk. Adapun data yang tertera terkait dengan jumlah pengguna Paylater diberbagai platform adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Konsumen Paylater Thaun 2022

Peringkat	Marketplace	Konsumen
1	Shopee Paylater	78,4 %
2	Go Paylater	33,8 %
3	Kredivo Paylater	23,2 %
4	Akulaku Paylater	20,4 %
5	Traveloka Paylater	8,6 %
6	Indodana Paylater	3,3 %
7	Home Credit	2,8 %
8	Paylater Layanan Lainnya	0,4 %

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Berdasarkan tabel diatas Fitur Shopee Paylater yang dimiliki dalam platform Shopee menempati posisi pertama dengan perolehan konsumen 78,4%, pada peringkat kedua ditempati oleh Go Paylater dengan konsumen 33,8%, dan pada posisi ketiga ditempati oleh Kredivo Paylater dengan konsumen 23,2%, dan konsumen sangat terendah dengan perolehan 0,4%. Selain itu juga dataperbandingan layanan Paylater.

Pada umumnya, keputusan pembelian yang dilakukan secara online dan konvensional memiliki kesamaan. Namun, dalam melakukan prosesnya, pembelian yang dilakukan secara online dianggap lebih mudah karena proses pencarian produk dapat dilakukan dengan menggunakan fitur search engine untuk mencari produk yang diinginkan. Dari berbagai jenis barang yang diinginkan, konsumen dapat membandingkan barang langsung dari berbagai toko atau penjual dalam waktu yang singkat (Firmansyah, 2019).

Keputusan pembelian daring (online) dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi. Hal ini menyebabkan masyarakat cenderung membeli secara efisien dan ekonomis, tanpa perlu mengeluarkan waktu yang lebihlama. Dengan adanya berbagai marketplace di Indonesia, masyarakat tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Mereka hanya perlu menentukan

barang yang sesuai dan melakukan pembayaran melalui transfer atau dompet digital (Kusumawati *et al.*, 2020).

Menurut survei Jakpat pada semester I tahun 2019, sebanyak 60,5% responden berusia 18-25 tahun memilih untuk berbelanja secara daring (online) daripada pergi ke toko offline. Sebanyak 65,7% responden menganggap transaksi daring (online) lebih efisien dan hemat, 62,9% responden memilih berbelanja daring (online) karena penawaran promosi, 59,3% responden berpendapat bahwa harga yang bersaing dapat membuat produk menjadi lebih murah, dan 59% responden menganggap waktu berbelanja yang fleksibel sangat relevan. Mahasiswa sebagai remaja sosial memerlukan kebutuhan sebagai penunjang kehidupan mereka, namun terkadang kebutuhan yang dibeli tidak sesuai dengan prioritas karena beberapa faktor seperti meningkatkan prestise, gengsi, dan alasan lainnya (Hardhika & Huda, 2021).

Mahasiswa adalah kelompok remaja yang memiliki tingkat pendidikan tertinggi dan mulai menunjukkan kematangan dalam berpikir. Pola berpikir kritis memungkinkan mereka menilai situasi dengan lebih baik. Menurut data dari Pusat Data Republika, mahasiswa rata-rata menghabiskan waktu bersama gadget dan televisi sebanyak 27 kali setiap jamnya. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dalam mengonsumsi suatu konten. Selain itu, hiburan seperti teknologi gaming atau tontonan on demand juga menjadi populer di kalangan mahasiswa, dengan rata-rata waktu yang dihabiskan mencapai 18 jam per hari. Hal ini juga berpotensi memicu keinginan untuk melakukan pembelian upgrade fitur (Cauna *et al.*, 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id, mahasiswa menjadi salah satu target pasar dari kemajuan teknologi *paylater*. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kelompok

mahasiswa menghabiskan sebagian besar pengeluarannya untuk gaya hidup, dengan persentase pengeluaran terbesar adalah untuk travelling (37,7%), diikuti oleh shopping (21,1%), nongkrong (23,3%), hiburan (10,8%), dan internet (7,1%). Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kebiasaan berbelanja mahasiswa sangat

kompleks dan cenderung bersifat sophisticated, yang berarti mereka memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang (Septiani, 2023).

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Penggunaan Berlebihan: Pengguna cenderung berutang karena mudahnya mengakses layanan pinjaman ini.
- b. Risiko Gagal Bayar: Kurangnya pemahaman tentang risiko dan cara mengelola gagal bayar.
- c. Kesulitan Pembayaran: Masalah teknis saat melakukan pembayaran tagihan.
- d. Layanan Tidak Tersedia: Beberapa pengguna tidak dapat mengakses menu Shopee Paylater.
- e. Kredit Macet: Peningkatan kasus kredit macet di kalangan pengguna muda.
- f. Kredit Konsumtif: Kredit lebih banyak digunakan untuk pembelian konsumtif yang tidak produktif.

2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar peneliti terfokus pada pokok-pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya. Sehingga diharapkan penelitian yang

akan dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang ditetapkan. Adapun batasan masalah yang diteliti adalah keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang sudah dijelaskan pada latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater?
- b. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater?
- c. Apakah kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat

penelitian ini sebagai berikut:

a. Segi teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta manfaat teoritis dan ilmiah bagi peneliti yang dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai kepercayaan, kemudahan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee paylater. Dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa dalam penelitian selanjutnya yang lebih komprehensif. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat menambah semangat peneliti dalam mengkaji penelitiannya.

b. Segi praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kegiatan perkuliahan dan merupakan syarat kelulusan.
- 2) Bagi instansi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Mahasiswa IAIN Syekh Nurjari Cirebon sebagai bahan ajar untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tentunya dibuat untuk memudahkan penulis untuk memberikan pemahaman dan gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Pada bab ini memuat tentang landasan teori yang relevan dengan penulisan penelitian ini seperti pengertian kepercayaan, pengertian kemudahan, pengertian keputusan pembelian, beserta indikatornya, pengertian paylater dan membahas teori perilaku konsumen. Pada bab ini juga memuat tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta hipotesis penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus tentang pengaruh kepercayaan dan kemudahan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Shopee Paylater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan, dilanjutkan dengan saran-saran dari penulis berkaitan dengan permasalahan yang ada.