

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan dunia global sangat pesat yang dimulai dari masa peralihan segala sesuatu yang konvensional menjadi modern. Salah satunya dalam dunia bisnis, termasuk pada bidang industri keuangan yang saling bersaing meningkatkan pemasaran dengan media teknologi informasi masa kini atau digital. Transaksi yang dulu harus dilaksanakan dengan *face to face*, sekarang dapat dilaksanakan dalam hirungan detik saja. Transaksi trendi itu dikenal dengan istilah *paylater* yang dapat membantu kegiatan jual beli dan metode pembayaran yang lebih canggih, efektif, dan efisien.

*Paylater* merupakan bagian dari *e-commerce* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. *Paylater* sendiri adalah layanan kredit yang memungkinkan konsumen membeli barang atau menggunakan jasa tanpa membayar tunai pada saat transaksi, melainkan membayar nanti dalam jangka waktu tertentu. Menurut Bayu (2020), *paylater* merupakan solusi pembayaran dalam transaksi online yang banyak digunakan oleh masyarakat yang memiliki dana terbatas, namun banyak kebutuhan. *Paylater* juga merupakan hutang, yang mewajibkan kita sebagai peminjam untuk mengembalikan dana sesuai dengan besaran yang telah disepakati melalui perjanjian tertulis dengan tanggal jatuh tempo. (Sekar, Juru Bicara OJK, 2022)(<https://www.cnnindonesia.com>)

Dengan perkembangan *E-Commerce* dan pertumbuhan bisnis *online*,

ada peningkatan permintaan untuk solusi pembayaran yang cepat dan mudah. Konsumen mencari cara yang lebih nyaman untuk berbelanja *online* tanpa harus memberikan detail kartu kredit, tidak semua orang mempunyai kartu kredit namun mereka juga tidak ingin menggunakannya belanja *online* karena kekhawatirannya akan keamanan atau pengelolaan utang yang bijaksana. *Paylater* menjadi alternatif yang menarik untuk konsumen yang ingin membeli barang dan jasa tanpa menggunakan kartu kredit.

Banyak *startup* dan Perusahaan *fintech* melihat peluang dalam pasar keuangan konsumen dan mengembangkan model bisnis berbasis *paylater*. Mereka menciptakan *platform* yang memungkinkan konsumen dan penjual berinteraksi dengan mudah. Menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan layanan *paylater*. Banyak Perusahaan layanan keuangan tradisional mulai melihat potensi layanan *paylater* dan mulai menjalin kemitraan dengan penyedia layanan *paylater* untuk menawarkan opsi pembayaran ini kepada pelanggan mereka.

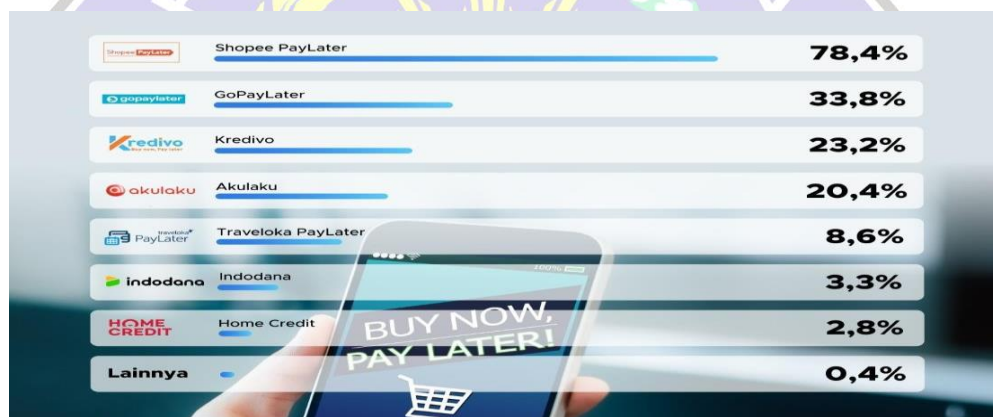
Tentunya, adanya *paylater* pun tidak jauh dari kekurangan dan kelebihan. Maka dari itu, masyarakat diwajibkan untuk pandai dan selektif dalam memutuskan untuk menggunakan fitur *paylater* yang akan dipilih dalam pembayaran onlinenya. Pengguna *paylater* paling banyak diantaranya adalah mahasiswa. Ini dikarenakan mahasiswa sangat melek dengan informasi dan teknologi, mereka merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan *paylater* tersebut dalam pembelian online (Septiani, 2023).

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/64f08c0733915/mahasiswa->

[terjerat-paylater-mayoritas-dipakai-untuk-apa](#)). Dalam penelitian ini mengambil subyek mahasiswa akuntansi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dikarenakan mahasiswa ini banyak yang menggunakan *paylater* untuk memenuhi kebutuhannya, dan penggunaan *paylater* sangat relevan dengan mata kuliah yang ada pada jurusan akuntansi pada mata kuliah manajemen keuangan atau pun manajemen pemasaran.

Maka dari itu, di dalam penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *paylater*.

Tabel 1.1. *E-Commerce* Yang Sudah Menggunakan *Paylater*

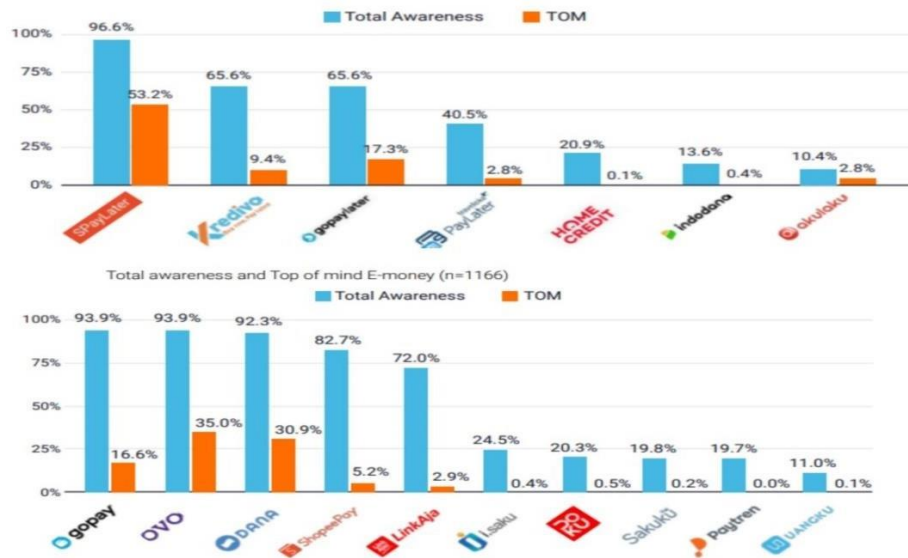


Sumber: <https://goodstats.id/article/intip-7-layanan-paylater-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021-nsSJn>

Diketahui ada banyak sekali *E-Commerce* yang sudah menggunakan *paylater* guna memudahkan berbelanja, terutama bagi konsumen yang membutuhkan fleksibilitas dalam pembayaran dan pengelolaan keuangan mereka, sebab mereka dapat melakukan pemesanan pada produk dengan sistem pembayaran angsuran sesuai keinginan mereka. Banyak masyarakat

tetap memakai fitur tersebut, meski diketahui dampak yang ditimbulkan juga banyak.

Gambar1.1. Tingkat Popularitas Layanan *Paylater* Dalam *E-Commerce*

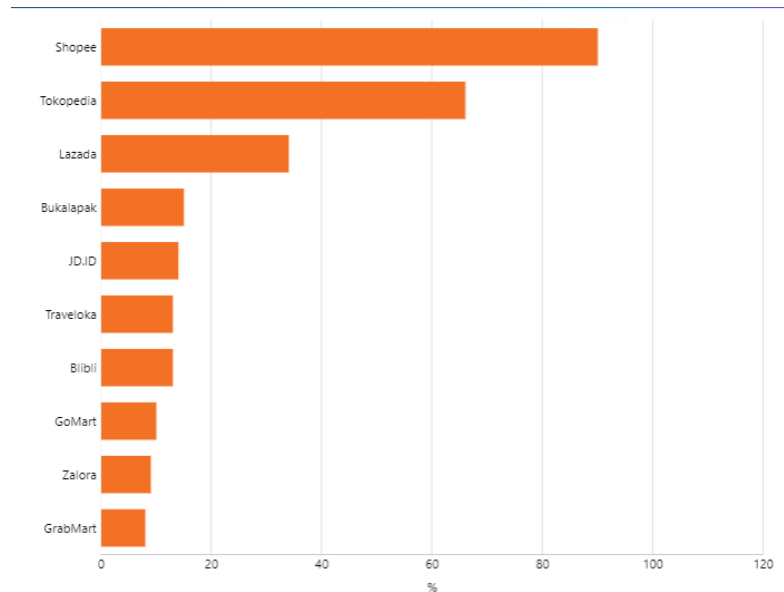


Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa *paylater* merupakan fitur yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam kegiatan transaksi yang dilakukan melalui *E-Commerce*. Menurut Alfaruqy (2022), bahwa mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2010, paling banyak melakukan transaksi jual beli dengan memanfaatkan *paylater*. Annur (2020), yang dikutip dari data Katadata Insight Center (2021), menyatakan bahwa sebanyak 9,70%. generasi Z paling banyak menggunakan fitur *paylater*. Adanya minat penggunaan tersebut maka diperlukan teori yang dapat menguatkan hal itu. Teorinya adalah *Technologi Acceptance Model* (TAM ). Teori TAM adalah teori yang didalamnya terdapat model maupun cara yang digunakan guna menentukan komponen yang memberikan pengaruh terhadap teknologi (Zhang et al, 2020).

Dalam penggunaan *paylater*, maka diperlukan adanya suatu pengetahuan dan pemahaman tentang literasi keuangan sebagai langkah dalam pembekalan ilmu dan pengetahuan untuk menggunakan pendanaan yang kita miliki agar hidup bahagia dan sejahtera di masa depan. Penelitian tentang literasi keuangan ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmawati dan Mirati (2022) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *paylater shoppee*. Hal ini artinya literasi keuangan tidak mempunyai korelasi searah. Bila literasi keuangan bertambah, maka perilaku konsumtif menurun dalam pemakaian *paylater* pada *shoppee*. Ini disebabkan bahwa literasi keuangan memiliki tujuan agar masyarakat dapat mengatur keuangan lebih baik dan menghindari perilaku konsumtif.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rachmah dan Aufa (2023) menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa jurusan akuntansi dalam penggunaan *paylater*. Jadi mahasiswa yang menggunakan *paylater* akan mengalami peningkatan selaras dengan peningkatan literasi keuangan. Perbedaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah, pada penelitian ini fokus meneliti tentang literasi keuangan terhadap minat menggunakan *paylater*, dimana pada *paylater* yang digunakan dikhususkan pada *paylater* yang ada pada *platform shoppee*, mengingat saat ini penggunaan *platform shoppee* dengan persentase 90% digunakan oleh masyarakat (Annur, 2022).





Gambar 1.2. Preferensi Platform E-Commerce

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/survei-shopee>

Selain tentang literasi keuangan, dalam penggunaan *paylater* konsumen harus mengetahui manfaat yang akan didapatkan. Manfaat ini merupakan tingkat dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya. Sehingga manfaat menggunakan *paylater* dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya. Oleh karena itu, semakin besar manfaat yang diperoleh pembeli nantinya, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakannya. Sehingga dalam penelitian Nurhasanah (2023) diperoleh hasil tidak terdapat pengaruh manfaata terhadap minat dalam penggunaan *paylater*.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Asja dkk (2021) tentang pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *paylater* diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*, artinya persepsi

manfaat menjadi faktor penting bagi konsumen dalam menggunakan *paylater*. Apabila konsumen menerima manfaat dari penggunaan *paylater*, maka konsumen tersebut akan memiliki minat dalam penggunaan *paylater*. Maka kebalikannya, jika konsumen tidak menerima manfaat dari penggunaan *paylater*, maka minat dalam penggunaan *paylater* juga tidak akan ada dalam diri konsumen. Perbedaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini fokus pada subyek penelitian yaitu penelitian ini mengambil subyek penelitian khusus pada mahasiswa.

Kualitas layanan juga menjadi faktor penting yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Kualitas layanan merupakan langkah nyata dari pemilik layanan untuk memberikan perbandingan layanan yang ada dengan layanan yang menjadi keinginan konsumen (Hana & Supriyadi, 2019). Misal, tentang pemberian jaminan informasi yang aman atau jaminan yang banyak keuntungannya yang layanan lainnya pun tidak memiliki hal ini. Bagi konsumen apabila akan menggunakan suatu pelayanan, maka bagian yang dilihat pertama kali adalah kualitas layanannya (Ayu, 2022).

Minat adalah kemauan orang dalam berbuat perilaku-perilaku tertentu. Dalam menggunakan teknologi, maka orang dapat dilihat dari kecintaannya pada teknologi, seperti motivasi untuk terus memakai atau mendorong orang lain atau menambah *hardware* lainnya (Wibasuri et al., 2022). Minat menggunakan *paylater* adalah kemauan konsumen dalam penggunaan *paylater* sebagai media pembayaran yang memanfaatkan teknologi melalui

*smartphone* (Nurhasanah, 2023).

Penelitian Ayu (2022) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada minat penggunaan *paylater*. Akan tetapi, pada penelitian Asri dan Dwiayanto (2022) diketahui bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, masih sedikit yang meneliti tentang ketiga variabel tersebut yaitu literasi keuangan, manfaat, dan kualitas layanan terhadap minat mahasiswa pada khususnya. Dari penjelasan di atas bahwa terdapat adanya perbedaan-perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada objek penelitian, lokasi penelitian, teknik analisis data, dan juga variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “**Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat, dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo Terhadap Minat Menggunakan *Paylater***”.

## 1.2. PERUMUSAN MASALAH

Dari penjelasan latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu sebagai berikut .

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
2. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylate* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater*



bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

4. Apakah literasi keuangan, manfaat, dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

### 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara literasi keuangan, manfaat, dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

### 1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Universitas

Hasil penelitian ini dapat sebagai sumbangan ilmu dan pengetahuan, terutama bagi Jurusan Akuntansi, serta sebagai referensi pembelajaran

yang dapat dirujuk oleh mahasiswa lainnya .

## 2. Masyarakat

Sebagai media untuk menambah ilmu dan pengetahuan tentang fitur pembayaran kekinian yaitu tentang *paylater* sebagai media transaksi di Indonesia.

## 3. *E-commerce*

Sebagai penambah informasi dalam pengambilan keputusan dan pemanfaatan *e-commerce* oleh konsumen.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan rujukan oleh peneliti lainnya yang akan melaksanakan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, manfaat, dan kualitas layanan terhadap

