

BAB I

PENDAHULUAN

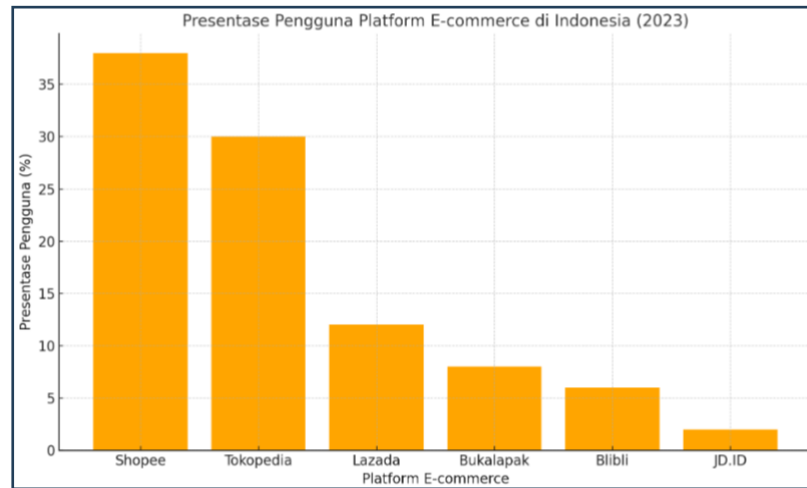
A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Transformasi digital telah mendorong kemunculan berbagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi (*financial technology* atau *fintech*), yang bertujuan memberikan efisiensi, kemudahan, serta kenyamanan dalam berbagai aktivitas transaksi keuangan.

Salah satu inovasi fintech yang tengah populer di Indonesia adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), atau yang lebih dikenal dengan istilah PayLater. Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari, baik secara sekaligus maupun dengan cicilan. Shopee PayLater merupakan salah satu fitur BNPL yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan laporan dari DSInnovate (2023), Shopee PayLater menguasai lebih dari 60% pangsa pasar BNPL di Indonesia, menjadikannya sebagai penyedia dominan dalam kategori layanan ini. Data dari Populix (2022) juga mengungkapkan bahwa lebih dari 49% mahasiswa Indonesia pernah menggunakan layanan PayLater untuk berbelanja di *platform e-commerce*, menunjukkan tren peningkatan penggunaan fitur ini di kalangan generasi muda.

Gambar 1. 1 Presentase penggunaan E-commerce (2023)



Berdasarkan sumber data *e-Conomy SEA 2023* dan laporan dari statista diatas yang menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pengguna *e-commerce* tercepat di Asia Tenggara. Shopee menjadi *platform* dominan dengan pangsa pasar sebesar 38%, diikuti oleh Tokopedia (30%) dan Lazada (12%). Hal ini memperkuat posisi Shopee sebagai pemain utama dalam ekosistem digital, termasuk dalam hal layanan keuangan.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi *digital native*, merupakan kelompok konsumen yang sangat adaptif terhadap teknologi. Mereka terbiasa dengan kemudahan digital dan memiliki akses luas terhadap aplikasi daring, termasuk *e-commerce* dan layanan keuangan. Namun, kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif jika tidak dibarengi dengan literasi keuangan yang memadai.

Penggunaan layanan PayLater yang tidak diimbangi pemahaman tentang risiko finansial dapat menimbulkan masalah, seperti pembengkakan

utang akibat keterlambatan pembayaran. Kondisi ini dapat menjadi ancaman serius bagi kestabilan finansial mahasiswa, yang pada umumnya memiliki sumber pendapatan terbatas.

Dalam konteks ini, dua variabel penting yang perlu dikaji dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa melalui Shopee PayLater adalah kepercayaan dan kemudahan penggunaan. Kepercayaan mencakup aspek keamanan data, transparansi biaya, serta reputasi penyedia layanan. Sementara itu, kemudahan penggunaan berkaitan dengan persepsi kemudahan akses, pemahaman fitur, dan proses transaksi yang efisien dan cepat.

Keputusan pembelian dalam penggunaan Shopee PayLater pada dasarnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal konsumen. Faktor-faktor tersebut meliputi gaya hidup, kualitas layanan, promosi, persepsi manfaat, persepsi risiko, literasi keuangan, hingga pengaruh sosial. Namun, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan kajian pada variabel kepercayaan dan kemudahan penggunaan karena kedua variabel tersebut dianggap sebagai faktor utama dalam penerimaan teknologi digital berdasarkan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Selain itu, kedua variabel ini dinilai paling relevan dengan karakteristik mahasiswa sebagai pengguna aktif layanan e-commerce dan fintech.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan Shopee PayLater. Raihani (2023) menemukan bahwa intensi pembelian dan aspek spiritualitas dapat mendorong perilaku

impulsif pengguna Shopee PayLater. Namun, penelitian ini belum mengulas secara spesifik pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan.

Salma dan Ekawati (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup dan kualitas layanan memengaruhi keputusan pembelian dengan Shopee PayLater, tetapi belum mengangkat dimensi psikologis seperti persepsi kepercayaan terhadap sistem atau persepsi kemudahan dalam penggunaannya. Demikian pula, penelitian oleh Ningrum dan Junaidi (2023) menemukan bahwa iklan dan *e-service quality* berkontribusi terhadap keputusan pembelian, namun belum secara komprehensif mengintegrasikan kepercayaan dan kemudahan penggunaan sebagai satu model analisis.

Sementara itu, Septiyaningsih dan Aligarh (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan memengaruhi niat menggunakan Shopee PayLater. Namun, studi ini hanya membahas tataran intensi dan belum mengukur perilaku aktual dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, terlihat adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), yakni masih terbatasnya studi yang mengkaji pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap keputusan pembelian mahasiswa, khususnya dalam konteks kampus berbasis nilai-nilai Islam.

Mahasiswa Universitas Islam Antasari Negeri Banjarmasin menjadi objek yang relevan karena berdasarkan data Populix (2022), 49% mahasiswa di Indonesia pernah menggunakan layanan PayLater. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa, khususnya di UIN Antasari Banjarmasin, merupakan

kelompok yang aktif menggunakan Shopee PayLater sekaligus rentan menghadapi risiko finansial, sehingga relevan diteliti dari sisi kepercayaan dan kemudahan penggunaan.

Dalam perspektif Islam, aktivitas keuangan harus dijalankan dengan prinsip kehati-hatian dan tanggung jawab. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." Ayat ini menjadi peringatan akan pentingnya menghindari perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Dalam hadits At-Tirmidzi no. 1078, Abu Dawud no. 3341, Ibnu Majah no. 2413, dan dinyatakan sahih oleh al-Albani

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ " نَفْسُ الْمُؤْمِنِ مُعَلَّقَةٌ بِدَيْنِهِ حَتَّى يُقْضَى عَنْهُ

Artinya: "Ruh seorang mukmin tergantung karena utangnya hingga utangnya itu dilunasi."

Dalam hadist ini menjelaskan bahwasannya bahwa utang adalah tanggung jawab besar dalam Islam, yang tidak gugur hanya karena kematian. Maka, setiap Muslim harus menjaga diri dari utang yang tidak perlu dan segera melunasinya, atau memastikan ada yang menanggungnya jika ia wafat. Ini adalah wujud amanah terhadap hak sesama manusia. Hal ini menunjukkan

bahwa pengambilan utang, termasuk melalui PayLater, harus dilandasi dengan pertimbangan moral dan kemampuan membayar yang rasional.

QS. Al-Baqarah ayat 282 juga menegaskan pentingnya pencatatan utang secara tertulis dan transparan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: “Apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

Ayat ini menegaskan urgensi kepercayaan, transparansi, dan kejelasan dalam transaksi utang, yang juga menjadi prinsip utama dalam layanan PayLater. Demikian, penting untuk menelaah lebih lanjut bagaimana mahasiswa sebagai konsumen muda mengambil keputusan menggunakan Shopee PayLater, berdasarkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan ini serta persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaannya.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif guna menguji secara empiris pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan metode statistik inferensial guna mengetahui kekuatan hubungan dan pengaruh antar variabel.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis dalam pengembangan model perilaku konsumen berbasis teknologi, serta secara praktis dalam memberikan masukan bagi pengembang *fintech*, institusi pendidikan tinggi, maupun regulator keuangan dalam menyusun kebijakan keuangan digital yang etis dan inklusif.

Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Menggunakan Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Islam Antasari Banjarmasin)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam menggunakan fitur Shopee PayLater?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam menggunakan fitur Shopee PayLater?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam menggunakan fitur Shopee PayLater.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam menggunakan fitur Shopee PayLater.

D. Manfaat Penelitian

Secara ringkas manfaat atau kegunaan dari hasil penelitian yang harapkan penulis adalah:

1. Bagi peneliti, memberikan manfaat berupa penguatan kemampuan dalam merancang dan melaksanakan studi kuantitatif berbasis teori perilaku konsumen digital. Peneliti memperoleh pengalaman langsung dalam mengidentifikasi, mengukur, dan menganalisis hubungan antara kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian, serta mengembangkan kerangka pikir yang aplikatif dalam konteks mahasiswa pengguna *fintech*.
2. Bagi akademisi dan pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya khazanah literatur di bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen, khususnya dalam kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan empiris dalam kajian adopsi teknologi keuangan di kalangan mahasiswa, serta sebagai referensi untuk penelitian lanjutan yang mengkaji aspek etika, religiusitas, atau literasi keuangan dalam penggunaan layanan *Buy Now Pay Later*.
3. Bagi masyarakat dan praktisi, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa dan masyarakat umum tentang pentingnya kepercayaan dan persepsi kemudahan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Selain itu, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh penyedia layanan (seperti Shopee) untuk

merancang sistem yang lebih bertanggung jawab, serta oleh lembaga pendidikan untuk menyusun program literasi keuangan digital yang berbasis nilai-nilai etis dan kontekstual, khususnya di lingkungan kampus Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk meminimalkan terjadinya kesalahpahaman maupun kekeliruan dalam memahami fokus penelitian ini, peneliti menyusun definisi operasional sebagai pedoman yang menjelaskan setiap variabel yang digunakan. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel utama Kepercayaan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Keputusan Pembelian (Y), Setiap variabel memiliki definisi konseptual, definisi operasional, indikator, dan alat ukur yang dirancang untuk memungkinkan pengukuran secara objektif dan valid.

1. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan layanan digital, khususnya layanan keuangan berbasis teknologi seperti Shopee PayLater. Dalam transaksi online, pengguna tidak melakukan interaksi secara langsung dengan penyedia layanan sehingga tingkat kepercayaan menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan tersebut.

Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk bergantung kepada pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai dengan harapan dan tidak merugikan

pengguna. Sementara itu, Gefen et al. (2003) menjelaskan bahwa kepercayaan dalam sistem digital mencakup keyakinan terhadap keamanan sistem, perlindungan data pribadi, serta transparansi informasi yang diberikan oleh penyedia layanan.

Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin bahwa Shopee PayLater merupakan layanan yang aman, transparan, dapat diandalkan, dan mampu memberikan perlindungan terhadap data maupun transaksi pengguna. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong mahasiswa untuk lebih yakin dalam menggunakan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran dalam berbelanja online.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Keamanan data pribadi dan transaksi pengguna, indikator ini berkaitan dengan keyakinan mahasiswa bahwa data pribadi dan transaksi yang dilakukan melalui Shopee PayLater terlindungi dari penyalahgunaan maupun kebocoran data.
- b. Kredibilitas dan reputasi penyedia layanan (Shopee), indikator ini berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap reputasi Shopee sebagai platform e-commerce dan penyedia layanan PayLater yang terpercaya serta profesional.
- c. Kejelasan informasi mengenai bunga, denda, dan ketentuan cicilan, indikator ini mengukur sejauh mana Shopee PayLater memberikan

informasi yang jelas, transparan, dan mudah dipahami mengenai biaya layanan, bunga cicilan, maupun denda keterlambatan pembayaran.

- d. Keyakinan bahwa layanan dapat digunakan secara aman dan dapat diandalkan, indikator ini mengukur tingkat keyakinan mahasiswa bahwa Shopee PayLater mampu memberikan pelayanan yang konsisten, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2. Kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu konsep utama dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Konsep ini menjelaskan bahwa seseorang akan cenderung menerima dan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut mudah dipahami dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam penggunaannya.

Menurut Davis (1989), *perceived ease of use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat dilakukan dengan mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha. Dalam layanan digital seperti Shopee PayLater, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting karena pengguna akan lebih tertarik menggunakan layanan yang sederhana, praktis, dan mudah diakses.

Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan diartikan sebagai persepsi mahasiswa mengenai kemudahan dalam mengakses, memahami, dan menggunakan fitur Shopee PayLater dalam proses transaksi pembelian online. Semakin mudah fitur tersebut digunakan, maka semakin

besar kemungkinan mahasiswa menggunakan Shopee PayLater dalam aktivitas belanja mereka.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan memahami fitur Shopee PayLater, indikator ini berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam memahami fungsi dan cara kerja fitur Shopee PayLater tanpa mengalami kesulitan.
- b. Kemudahan proses aktivasi layanan, indikator ini mengukur sejauh mana mahasiswa merasa bahwa proses pendaftaran maupun aktivasi Shopee PayLater dapat dilakukan dengan mudah dan tidak rumit.
- c. Kemudahan navigasi dan transaksi pembayaran, indikator ini berkaitan dengan kemudahan dalam menggunakan menu, fitur, dan proses pembayaran menggunakan Shopee PayLater pada aplikasi Shopee.
- d. Kecepatan dan kenyamanan penggunaan fitur, indikator ini mengukur persepsi mahasiswa mengenai kecepatan sistem serta kenyamanan saat menggunakan Shopee PayLater dalam proses transaksi.

3. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan setelah melalui berbagai pertimbangan tertentu. Dalam konteks e-commerce, keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan,

kemudahan penggunaan, kualitas layanan, serta persepsi manfaat yang diperoleh pengguna.

Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan membeli.

Dalam penelitian ini, keputusan pembelian diartikan sebagai tindakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin dalam memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran saat melakukan transaksi pembelian di aplikasi Shopee. Keputusan tersebut muncul setelah mahasiswa mempertimbangkan tingkat kepercayaan dan kemudahan penggunaan layanan.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Frekuensi penggunaan Shopee PayLater dalam berbelanja, indikator ini mengukur seberapa sering mahasiswa menggunakan Shopee PayLater dalam melakukan transaksi pembelian.
- b. Keyakinan dalam memilih Shopee PayLater sebagai metode pembayaran, indikator ini berkaitan dengan tingkat keyakinan mahasiswa dalam menentukan Shopee PayLater sebagai pilihan pembayaran dibandingkan metode lain.

- c. Tingkat kepuasan setelah menggunakan Shopee PayLater, indikator ini mengukur tingkat kepuasan mahasiswa setelah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater.
- d. Keinginan untuk menggunakan kembali Shopee PayLater, indikator ini berkaitan dengan kecenderungan mahasiswa untuk kembali menggunakan Shopee PayLater pada transaksi berikutnya.

F. Sistematika Pembahasan

Penyusunan laporan penelitian ini disajikan dalam 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

Bab I berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah sebagai dasar pemikiran atas permasalahan yang akan diteliti. Uraian pada latar belakang tersebut kemudian dirumuskan ke dalam rumusan masalah agar fokus penelitian menjadi lebih jelas. Selanjutnya dijelaskan tujuan penelitian serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Untuk menghindari perbedaan penafsiran terhadap istilah yang digunakan, penulis juga menyusun definisi operasional sebagai batasan penelitian, disertai sistematika penulisan skripsi.

Bab II memuat landasan teori yang berisi penjelasan mengenai konsep-konsep dan teori yang relevan dengan objek penelitian. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku, jurnal, dan berbagai literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini juga disajikan kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis penelitian.

Bab III menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik

pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan secara singkat objek yang menjadi fokus penelitian.

Bab IV menyajikan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian mahasiswa dalam menggunakan fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Bab ini memuat penyajian data, hasil analisis, serta pembahasan yang disesuaikan dengan metode penelitian yang telah dijelaskan pada Bab III. Melalui pembahasan tersebut, diperoleh jawaban atas rumusan masalah sekaligus pembuktian terhadap hipotesis yang diajukan.

Bab V merupakan bagian penutup yang terdiri atas kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi ringkasan hasil penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Sementara itu, saran memuat masukan dan rekomendasi dari penulis yang diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi pihak-pihak terkait.