

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya bukti yang menunjukkan bahwa teknologi baru memunculkan perilaku baru (seperti berhubungan sosial dengan orang lain) (Crystal, 2011). Termasuk perilaku keuangan juga muncul perilaku keuangan yang baru berkat adanya *e-commerce*, serta perangkat *financial technology* yang terlibat di dalamnya.

Pada tahun 1990, timbulnya perdagangan elektronik (*e-commerce*) mengenalkan sebuah cara unik dalam melakukan perdagangan bisnis kepada konsumen serta dunia usaha. Semenjak itu, *e-commerce* sudah berkembang serta berubah secara luar biasa dengan menghasilkan manfaat luar biasa bagi pelanggan serta bisnis di seluruh dunia. Banyaknya jumlah organisasi yang melaksanakan bisnis dengan cara ini, menjadi bukti bahwa bidang *e-commerce* mempunyai prospek yang menjanjikan di masa depan dan bisnis mampu mendapatkan manfaat optimal darinya (Bezhovski, 2016).

E-commerce (Electronic Commerce) merupakan ujung tombak untuk perdagangan saat ini. Suatu hal yang sulit dalam mendefinisikan *e-commerce* dengan beberapa kata. *E-commerce* merupakan proses yang luas dalam menggunakan internet, tidak hanya belanja menggunakan internet tetapi mencakup semua jenis transaksi, termasuk koneksi antar bisnis secara elektronik. Semua jenis proses jual beli pun dapat dilakukan dengan menggunakan sistem *e-commerce* (Mukherjee & Roy, 2017).

Di Indonesia sendiri, *e-commerce* mulai muncul pada tahun 1999, dan merupakan permulaan dari lahirnya *e-commerce* di Indonesia, cikal bakal toko *online* di Indonesia dimulai dari Forum KASKUS yang didirikan oleh Andrew Darwis, kemudian disusul oleh Bhinneka.com yang juga merupakan tempat jual-beli *online*, pesatnya perkembangan *e-commerce* adalah akibat dari mulainya masyarakat luas atau umum mengenal internet.

Dan pemerintah menyusun Undang-Undang mengenai hal ini, dikarenakan pemerintah menyadari potensi dari efek perdagangan elektronik (*online*), hal ini seiring dengan bertumbuhnya *e-commerce* di Indonesia dengan muncul startup situs jual beli seperti TokoBagus tahun 2015, Bukalapak dan marketplace lain sampai puncaknya 2015 (Mustajibah & Trilaksana, 2021).

Kenaikan dari penggunaan sistem pembayaran dengan perangkat seluler (*smartphone*) cukup besar didorong oleh muncul dan masifnya *e-commerce*, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan jumlah transaksi penggunaan sistem pembayaran elektronik atau *online payment* didorong dari kemunculan *e-commerce* ke permukaan, tentu saja hal ini dikarenakan *e-commerce* yang ada saat ini menggunakan *online payment* sebagai instrumen pembayaran utama.

Sistem pembayaran yang berbasis pada perangkat seluler (*mobile payment*) memengaruhi kehidupan semua orang di seluruh dunia dibanding beberapa inovasi lainnya yang ada dalam sejarah manusia, dan sistem ini ikut menjadi bagian integral dari masyarakat abad ke-21. Inovasi tersebut secara bertahap menggeser aktivitas kaku sehari-hari di lingkungan fisik, berubah ke lingkungan virtual berbasis seluler (Thakur & Srivastava, 2014).

Financial Technology terus berkembang dari tahun ke tahun, mencapai 78% atau sekitar 135-140 perusahaan dengan total nilai transaksi mencapai Rp 202,77 Triliun pada tahun 2017, menurut data dari World Bank. Di Indonesia, FinTech telah menjadi solusi bagi berbagai masalah masyarakat. Beberapa jenis FinTech yang berkembang dan memberikan solusi terhadap keuangan meliputi *crowdfunding*, *microfinancing*, *P2P lending service*, *market comparison*, dan *digital payment system*.

Mobile Payment sendiri merupakan salah satu *Financial Technology*, yang merupakan sebuah layanan jasa keuangan berbasis digital. Dan kebutuhan akan pembayaran *online* pertama kali ditangani yaitu dengan menggunakan metode pembayaran yang sudah ada, dunia *offline* untuk pembayaran *online*. Misalnya kartu kredit, awalnya dimaksudkan sebagai instrumen kredit *offline*, telah menjadi instrumen pembayaran utama untuk

e-commerce. Seiring berkembangnya *e-commerce* dan pembelian *online*, kelemahan kredit dan kartu debit, serta cek menjadi lebih jelas (Abrazhevich, 2004). Lalu muncul instrumen pembayaran *online* yang sistemnya sama dengan kredit yaitu *Fintech Lending*, dan *paylater* adalah salah satu penyebutannya. Kredit yang awalnya konvensional sekarang menjadi instrumen dari *Financial Technology* sebagai pembayaran berbasis digital.

Kemudahan dari *financial technology* dapat memberikan opsi positif dan negatif, di mana seseorang dapat merencanakan keuangan lebih baik dengan kemudahan mengetahui harga suatu produk sebelum membeli dan dapat melakukan survey sebelum membeli sebagai opsi positif, serta kemudahan membeli dapat menjadi opsi negatif jika menggunakan sistem pembayaran seperti kredit atau peminjaman dimana negatifnya mengenai perilaku konsumtif. Dalam sistem bank yang lama, untuk melakukan peminjaman diperlukan peninjauan seseorang tersebut dikategorikan *credit worthy* (layak kredit), yaitu menilai apakah orang tersebut dapat melunasi peminjamannya di kemudian hari, sedangkan *paylater* atau *peer to peer lending* meminjamkan uang tanpa proses peninjauan kelayakan kredit yang panjang, cukup dengan keabsahan data diri seperti ktp dan foto diri dengan ktp.

Berdasarkan laporan State of Finance App Marketing Report 2021 yang dirilis oleh AppsFlyer, Indonesia berada di peringkat ketiga dari 15 negara lain dalam hal jumlah penginstalan aplikasi keuangan. Selain itu, aplikasi populer di Indonesia tersebut berhasil mengurangi tingkat penipuan hingga 48%. Laporan yang diterbitkan oleh AppsFlyer tersebut juga menempatkan Indonesia di peringkat keempat, mengalahkan negara-negara besar seperti Amerika Serikat dan Rusia yang berada di peringkat kelima. Namun, Indonesia masih kalah dari India dan Brasil yang menduduki peringkat pertama dan kedua. Aplikasi keuangan yang dimaksud dalam laporan tersebut meliputi aplikasi pinjaman dan kredit (Nirmala, 2022).

Berdasarkan data Laporan Fintech 2019 yang diterbitkan DSRResearch, *paylater* (56,7%) termasuk dalam layanan favorit posisi ketiga setelah *e-money* (82,7%) serta aplikasi investasi (62,4%), favorit dalam artian yang paling menarik perhatian konsumen. Menariknya, dalam kurun waktu setahun, *paylater* naik tingkat ke peringkat kedua (72,5%), tepat di bawah posisi uang elektronik (82,2%) (DailySocial, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa trend dan perhatian mengenai penggunaan *paylater* terus naik dan menjadi fenomena yang menarik untuk dibahas.

Objek penelitian ini merupakan penggunaan ulang *paylater*, sehingga perlu diketahui penerimaan atas *paylater*, dan model yang dapat digunakan adalah TAM (*Technology Acceptance Model*). Model TAM sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu sebagai model penerimaan suatu teknologi baru. Dalam kerangka model TAM, terdapat faktor persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Using*), dan untuk layanan *paylater*, terdapat variabel niat menggunakan (*intention to use*) yang dimodifikasi menjadi niat untuk penggunaan ulang (*intention to reuse*) layanan *paylater*

Penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology*. Menurut Penelitian (Wijayanti et al., 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee Paylater*. Menurut penelitian (Putri, 2022; Salsabila, 2023) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Paylater*. Untuk yang membahas secara persis mengenai penggunaan *paylater* ulang atau berkelanjutan, masih belum ada penelitian yang meneliti. Jadi digunakannya pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *paylater* dikarenakan adanya penelitian terdahulu yang serupa.

Menurut penelitian (Dewi, 2022) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *paylater*, penelitian ini juga menggunakan model TAM

terhadap *paylater* dan perbedaannya tidak menggunakan variabel Literasi Keuangan. Dan menurut penelitian (Prakosa & Wintaka, 2020) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *GoPay*, penelitian ini juga menggunakan konstruk yang sama yaitu TAM digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ulang *GoPay*, walaupun tidak sama persis namun *GoPay* merupakan salah satu bentuk sistem pembayaran serta *Financial Technology* sama seperti *Paylater*.

Sejumlah penelitian terdahulu (Aftika, 2021; Julita et al., 2022) telah dibahas bahwa penggunaan *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Walaupun belum banyak penelitian yang membahas hal tersebut, tetap menunjukkan ada indikasi bahwa penggunaan *paylater* mungkin atau bahkan dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Hal ini berseberangan dengan tujuan dari literasi keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Berdasarkan data yang ada, didapatkan penggunaan *paylater* yang melonjak pesat sementara indeks literasi keuangan nasional masih di angka 38,03%, terutama Provinsi Jambi 35,17% yang berarti ada dibawah angka rata-rata nasional (OJK, 2021).

Teori yang dikemukakan oleh (Fritz, 1958) yaitu teori atribusi dapat dijadikan gambaran, bahwa suatu individu yang berusaha dan lamanya berusaha menjadikan usaha tersebut menjadi pengalaman, dan pengalaman akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, sama seperti tingkat pendidikan, dengan pengalaman dari proses pendidikan yang sudah ditempuh maka dapat mempengaruhi perilaku keuangan orang tersebut.

Tingkat pendidikan juga termasuk kedalam hal yang penting untuk melihat ataupun memprediksi tingkat literasi keuangan seseorang. Berdasarkan penelitian (Scheresberg, 2013) ditemukan perbedaan literasi keuangan diantara lulusan pasca sarjana, sarjana, dan SMA, di mana tingkat literasi keuangan meningkat dengan semakin tingginya tingkat pendidikan, walaupun secara keseluruhan masih tergolong rendah. Menurut penelitian

lain yang dilakukan (Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra, 2020) ditemukan pengaruh positif tingkat pendidikan terhadap literasi keuangan walaupun tidak signifikan, dan penelitian lain (Rellyasari, 2021; Setianingrum, 2021; C. Wijaya et al., 2017) juga didapati hasil tingkat pendidikan berpengaruh terhadap literasi keuangan dan berpengaruh signifikan. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa S1 Universitas Jambi agar mendapatkan populasi yang beririsan antara gen z yang merupakan generasi yang lebih banyak menggunakan serta memahami teknologi dan juga strata pendidikan yang tergolong cukup tinggi. Dengan menggunakan populasi mahasiswa S1 Universitas Jambi, didapati bahwa belum ada penelitian serupa khususnya *paylater* dengan sampel mahasiswa Universitas Jambi.

Berdasarkan hasil uraian diatas, dikarenakan belum pernah dilakukan penelitian dengan judul yang sama dan dengan tingkat kenaikan pengguna *paylater* serta literasi keuangan yang belum memadai dan berbeda menurut tingkat pendidikannya, oleh karena itu penelitian ini diberikan judul “Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)” yang menambahkan literasi keuangan dalam kerangka TAM, karena literasi keuangan penting untuk dimasukkan dalam model dengan pertimbangan bahwa *paylater* merupakan layanan keuangan dan beberapa alasan yang sudah dikemukakan diatas.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap *Attitude Toward Using*?
2. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater*?
3. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*?
4. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater*?

5. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*?
6. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater*?
7. Apakah ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan ulang *paylater*?
8. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?
9. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?
10. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.
2. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater*.
3. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *perceived Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.
4. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
5. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.
6. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
7. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
8. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
9. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

10. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, diharapkan memberikan manfaat dalam menambah bahan literatur manajemen keuangan sebagai sumber wawasan, dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian lain yang juga akan menjadi tambahan literatur.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan menjadi bahan yang dapat menambah wawasan atau lebih lanjut digunakan sebagai referensi yang dirujuk dalam penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis :
 - a. Untuk peneliti, diharapkan memberikan manfaat dalam menilai literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* serta penerimaan dalam menggunakan ulang teknologi financial berupa *paylater*.
 - b. Untuk khalayak umum, dapat dijadikan acuan dan referensi dalam menambah pengetahuan dan wawasan mengenai judul penelitian ini.