

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah membawa perubahan besar di berbagai bidang, termasuk sektor keuangan melalui pemanfaatan teknologi finansial (fintech). Fintech merupakan sistem layanan berbasis teknologi yang dirancang untuk mempermudah proses transaksi keuangan. Dengan adanya fintech, masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan, bahkan bagi mereka yang tinggal di wilayah terpencil selama tersedia jaringan internet, sehingga aktivitas seperti transfer dana atau pembayaran tagihan dapat dilakukan tanpa hambatan (Ansori, 2019). Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah cara konsumen dalam berbelanja, terutama dengan hadirnya platform e-commerce. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, menjadi pilihan utama bagi konsumen dalam melakukan transaksi online (Zumhur Alamin, 2023). Kemudahan akses, bervariasi dengan produk yang luas serta berbagai promosi menarik yang ditawarkan Shopee menjadikan platform ini sangat kompetitif dalam pasar digital.

Salah satu inovasi keuangan yang memainkan peran penting dalam ekosistem konsumsi digital adalah **SPayLater**, layanan **Buy Now Pay Later (BNPL)** yang terintegrasi dalam aplikasi Shopee. Layanan ini menyediakan **limit kredit instan**, pilihan **tenor cicilan yang fleksibel**, serta **integrasi langsung dengan akun Shopee**, sehingga menciptakan pengalaman transaksi yang cepat, dan mudah. Kemudahan tersebut telah terbukti **mendorong peningkatan volume transaksi pengguna** secara signifikan (Kusuma & Pratama, 2022). Di sisi lain, kemudahan akses dan kenyamanan dalam bertransaksi juga membawa dampak terhadap perilaku konsumsi, salah satunya yaitu **fenomena impulse buying**. *Impulse buying* merupakan keputusan pembelian yang dilakukan secara mendadak dan tidak didasari perencanaan., yang terjadi karena dorongan emosional tanpa pertimbangan rasional (Rook, 1987 dalam Wijaya & Arifin, 2021).

Platform digital seperti Shopee mendorong perilaku ini melalui strategi diskon waktu terbatas, flash sale, notifikasi aplikasi, dan desain antarmuka yang memicu urgensi. **SpayLater** memperkuat fenomena ini dengan menurunkan hambatan psikologis dalam proses pembelian melalui **penundaan pembayaran**, sehingga konsumen merasa “tidak langsung mengeluarkan uang” (Khasanah & Ridwan, 2022).

Berdasarkan laporan yang ada dalam **Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**, hingga **Desember 2023**, Saat ini, terdapat sebanyak 102 platform pinjaman peer-to-peer (P2P) fintech yang memiliki izin resmi **dan terdaftar**, menunjukkan perkembangan pesat industri ini. OJK juga menyatakan bahwa fintech berkontribusi besar terhadap peningkatan **inklusi keuangan nasional**, dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya belum memiliki akses terhadap layanan keuangan formal (OJK, 2023).

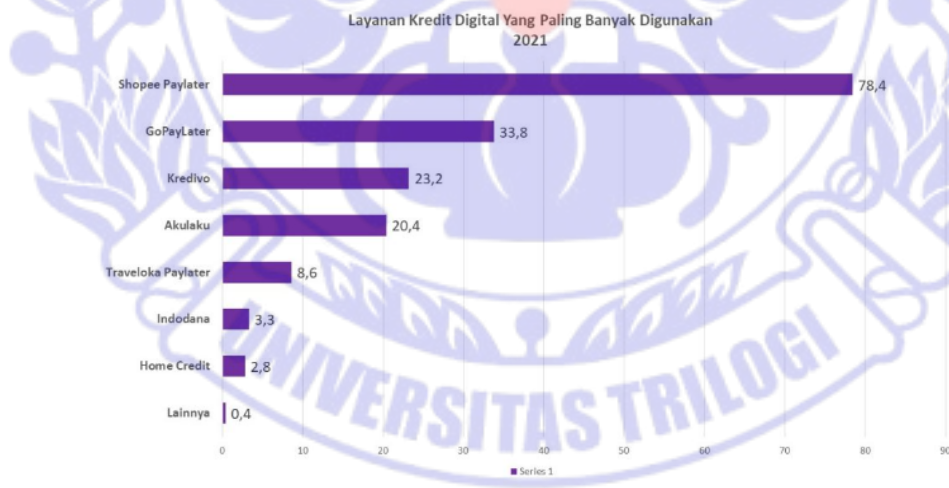
Shopee Adalah platform e-commerce memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi jual beli berbagai produk secara daring. Salah satu di antaranya adalah Shopee, yang didirikan pada tahun 2015 oleh Sea Group. Sejak diluncurkan, Shopee telah berkembang pesat menjadi salah satu platform belanja online terbesar di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Shopee menyediakan berbagai kategori produk, mulai dari elektrik, pakaian, kecantikan, hingga kebutuhan rumah tangga, dengan fitur yang memungkinkan transaksi yang aman, pengiriman terintegrasi, dan berbagai metode pembayaran (Evangelista 2022).

Dalam konteks sistem pembayaran digital, metode **Pay later** kini semakin relevan digunakan dalam transaksi e-commerce. Pay later adalah layanan pembayaran kredit tanpa kartu yang memungkinkan konsumen membeli produk di muka dan membayarnya nanti. Sejumlah platform e-commerce terkemuka, termasuk Shopee, Traveloka, Tokopedia, Lazada, dan BliBli, telah mengintegrasikan fungsi ini ke dalam strategi mereka. pemasaran mereka guna menarik minat konsumen dan meningkatkan volume transaksi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Khasanah**

dan Ridwan (2022), penggunaan metode Pay later dapat mendorong konsumen untuk tetap berbelanja secara online, meskipun pembayaran dilakukan secara tertunda.

Pada tahun 2023, kemajuan teknologi yang pesat di kalangan **Generasi Z** membawa pengaruh besar terhadap dunia bisnis. Menurut **Hartarto (2022)**, perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan signifikan bagi aktivitas bisnis, khususnya dalam sistem pembayaran digital. Salah satu inovasi yang semakin diminati adalah **layanan Pay later** melalui platform e-commerce, yang terbukti menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda di Indonesia.

Penelitian ini menjadi penting karena **keputusan impulsif yang didorong oleh layanan Pay later dapat menyebabkan over konsumsi**, keterikatan pada cicilan jangka panjang, hingga risiko **kesulitan finansial (over-indebtedness)** (Putri, 2022). Maka dari itu, perlu adanya pemahaman terhadap **berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku impulse buying dalam konteks fintech**.



Gambar 1.1, sumber (kazee)

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa shopee pay later memiliki urutan paling atas dengan jumlah persentase sebesar 78,4 persen. Berkat strategi ini shopee *pay later* dapat mengalahkan pesaing dari *e-commerce* lainnya.

Pemahaman yang komprehensif terhadap dampak psikologis

seperti Fear of Missing Out (FOMO) dan tingkat kepercayaan, serta elemen teknologi seperti persepsi kemudahan penggunaan, menjadi aspek penting dalam menganalisis perilaku konsumsi masyarakat saat ini. Hal ini khususnya relevan dalam konteks penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) seperti Spay later. Di samping itu, **persepsi terhadap risiko** turut berperan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, terutama ketika keputusan tersebut bersifat impulsif. Kajian terhadap aspek-aspek ini memberikan kontribusi berarti dalam memahami karakteristik perilaku konsumen dalam ekosistem keuangan digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa **FOMO** dapat mendorong kecenderungan konsumtif akibat tekanan emosional untuk tidak melewatkan tren atau penawaran yang sedang berlangsung (Tandon et al., 2021). **Kepercayaan** terhadap sistem pembayaran seperti Spay later juga terbukti memiliki hubungan positif dengan kecenderungan pengguna dalam mengambil keputusan transaksi secara cepat karena merasa yakin dan terlindungi (Alalwan et al., 2017). Sementara itu, **kemudahan penggunaan** teknologi transaksi digital dinilai dapat mempercepat dan mempermudah proses berbelanja. Namun, dalam beberapa penelitian, termasuk yang dilakukan oleh Chen dan Li (2007), kemudahan ini tidak selalu berbanding lurus secara signifikan dengan perilaku *impulse buying*. Selain itu, **persepsi risiko**, baik yang bersifat finansial, fungsional, maupun sosial, turut mempengaruhi keputusan impulsif. Jika risiko dipersepsikan rendah, konsumen cenderung lebih cepat dalam mengambil keputusan pembelian (Roselius, 1971; Sit & Nair, 2016).

Namun demikian, meningkatnya perilaku impulsif konsumen yang tidak disertai dengan kontrol risiko dan penilaian kelayakan kredit yang memadai dapat menyebabkan **tingkat gagal bayar** yang tinggi, yang pada akhirnya mengancam **keberlangsungan bisnis layanan BNPL**. Hal ini menjadi tantangan besar bagi para penyedia layanan, mengingat tingginya jumlah pengguna yang tidak sebanding dengan kemampuan finansial mereka berisiko memicu instabilitas dalam sektor fintech.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai penting sebagai landasan bagi regulator dan pembuat kebijakan dalam menyusun pedoman

penggunaan BNPL yang lebih aman, terarah, dan berkelanjutan. Peningkatan literasi keuangan digital perlu digalakkan agar masyarakat dapat memahami baik manfaat maupun potensi risiko dari penggunaan layanan pay later. Selain itu, kebijakan yang menjamin transparansi, perlindungan konsumen, dan pengendalian risiko juga sangat dibutuhkan untuk menjaga kestabilan ekosistem keuangan digital secara menyeluruh.

Berdasarkan persentase di atas pengguna berbagai produk *pay later*, dapat menunjukkan bahwa banyaknya pengguna Shopee *Pay later*. Karena itu memiliki persentase pengguna *pay later* yang tinggi. Yang dimana sudah banyak konsumen atau peminat untuk menggunakan sistem *pay later* sebagai media pembayaran dan menjadi objek penelitian yang menarik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan layanan Shopee Pay later (SPayLater) berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulse buying*) konsumen?
2. Apakah persepsi risiko mempengaruhi perilaku *impulse buying* terhadap pengguna spaylater?
3. Apakah FOMO (*Fear Of Missing Out*) dapat mempengaruhi perilaku *impulse buying* terhadap pengguna Spaylater
4. Apakah tingkat keamanan layanan SPayLater mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan Spaylater?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh tingkat kemudahan pengguna layanan SPayLater terhadap perilaku *impulse buying* pengguna.
2. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan *impulse buying* pengguna SPayLater.

3. Menganalisis pengaruh FOMO terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna SPayLater.
4. Menganalisis tingkat keamanan layanan spaylater dalam kaitannya dengan perilaku *impulse buying*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap perilaku *impulse buying*, serta pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan persepsi risiko dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Melalui pemahaman yang lebih mendalam terhadap risiko yang melekat pada penggunaan layanan kredit digital, seperti SPayLater, diharapkan pengguna dapat mengambil keputusan pembelian yang lebih rasional dan bijaksana.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui isi dari penelitian ini, maka dari itu materi yang dibagi menjadi 5 bab sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Hal ini terdiri dari landasan teori variabel yang sesuai dengan tujuan dari skripsi yaitu Kemudahan Penggunaan, Risiko, *impulse buying*, Spaylater. Lalu meliputi penelitian yang relevan, kerangka konseptual serta pengembangan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengukuran variabel, serta metode analisis data yang

digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengumpulan data, serta melakukan analisis terhadap data tersebut. Pembahasan dilakukan untuk menginterpretasikan temuan penelitian sesuai dengan tujuan dan kerangka teoritis yang digunakan.

Bab V Penutup

Hal ini memuat penutup yang memberikan penjelasan mengenai kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran penelitian.

