

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, cara masyarakat dalam mengelola keuangan dan melakukan transaksi mengalami transformasi yang sangat signifikan. Kemudahan akses internet dan perangkat pintar telah membuka peluang baru bagi inovasi layanan finansial yang semakin praktis dan efisien. banyaknya perubahan dalam sistem keuangan pada saat ini karena adanya salah satu inovasi yang menonjol dan memberikan dampak signifikan adalah financial technology atau fintech yang mencakup berbagai layanan keuangan berbasis digital, seperti layanan kredit digital dan sistem pembayaran elektronik (Planlar et al., 2025).

Salah satu inovasi yang tengah menjadi tren adalah layanan paylater, yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan sistem pembayaran tertunda tanpa harus menggunakan kartu kredit. Fenomena ini mencerminkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat modern yang semakin mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan kemudahan dalam bertransaksi. Dikutip dari (Farhani et al., 2023) Dalam beberapa tahun terakhir, layanan paylater kian diminati oleh masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu pilihan metode pembayaran yang populer.

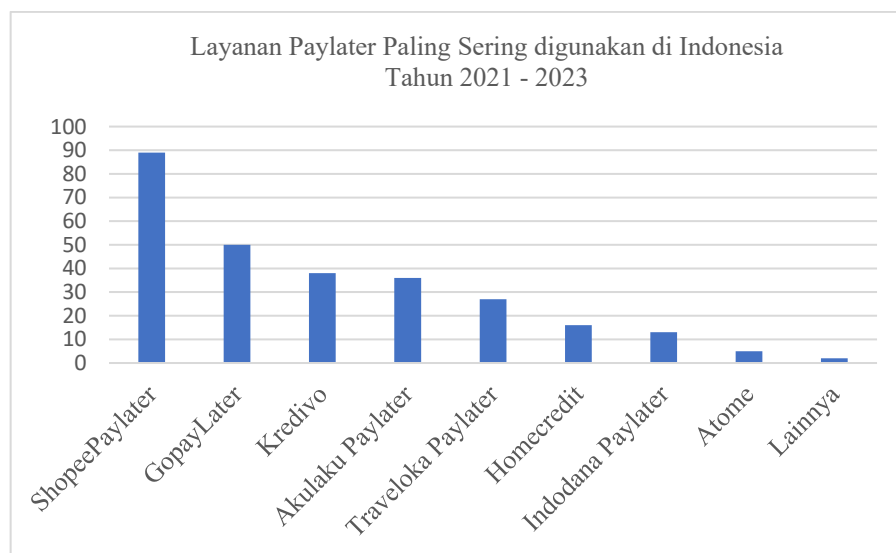


Gambar 1.1 Penggunaan Layanan Paylater 2021-2023

Sumber: Otoritas jasa keuangan (OJK)

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada gambar tersebut, penggunaan layanan PayLater di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan sepanjang periode 2019–2023. Pada tahun 2019, jumlah pembiayaan PayLater tercatat sebesar 4,63 juta. Jumlah ini kemudian meningkat menjadi 10,94 juta pada tahun 2020, yang mencerminkan pertumbuhan lebih dari dua kali lipat dalam kurun waktu satu tahun. Kondisi ini menunjukkan meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran kredit digital sebagai alternatif dalam melakukan transaksi keuangan. Tahun 2021 menjadi periode dengan pertumbuhan tertinggi dalam penggunaan layanan PayLater, ditandai dengan peningkatan jumlah yang mencapai 55,44 juta. Peningkatan ini mengindikasikan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas konsumsi, khususnya pada transaksi belanja online. Hal ini menegaskan bahwa PayLater telah berfungsi sebagai sarana pembiayaan yang signifikan dalam mendukung perkembangan ekonomi digital nasional. Pada tahun 2022 dan 2023, penggunaan

layanan PayLater di Indonesia terus mengalami peningkatan, dengan jumlah pembiayaan masing-masing mencapai 67,41 juta dan 79,92 juta. Walaupun peningkatan tersebut tidak setajam pada periode sebelumnya, kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap PayLater tetap tinggi dan cenderung berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa PayLater telah berperan sebagai bagian dari pola konsumsi masyarakat modern yang mengutamakan kemudahan dan fleksibilitas transaksi.



Gambar 1.2 Penggunaan Layanan Paylater 2021-2023

Sumber: *goodnewsfromindonesia.id*

ShopeePay adalah salah satu layanan elektronik yang menyediakan fitur metode transaksi Pembayaran online pada aplikasi shopee dan juga sebagai alat transaksi di merchant ShopeePay (Shopeepay, 2023). Layanan paylater yang dikenal sebagai "bayar nanti", sangat membantu dalam era digital yang serba cepat ini karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas. Data yang dikumpulkan dari survei yang dilakukan pada September 2021 - 2023 ini memberikan gambaran yang jelas tentang merek paylater mana yang paling terkesan di masyarakat Indonesia

ShopeePaylater jelas mendominasi pasar dengan tingkat pengenalan hampir 90%. Ini menunjukkan posisinya sebagai pemimpin pasar berkat strategi pemasaran yang kuat dan integrasi yang kuat dengan ekosistem e-commerce. Sementara itu, GoPay Later, yang memanfaatkan digitalnya yang luas, menjadi pesaing utama dengan sebesar 50%, sementara Kredivo dan Akulaku Paylater berada di posisi yang signifikan sebagai spesialis kredit digital dengan 35–40%. Merek seperti Traveloka Paylater dan Home Credit menunjukkan bagaimana fokus pada satu produk dan strategi akuisisi pengguna dapat membangun pengenalan merek yang kuat (Muhamad, 2023).

Desa/Kelurahan Village/Subdistric	Penduduk/Population		
	Laki-Laki/Male	Perempuan/Female	Jumlah/Total
(1)	(2)	(3)	(4)
Junganyar	1.689	1.699	3.388
Socah	3.137	3.192	6.329
Buluh	2.381	2.459	4.840
Jaddih	5.656	6.015	11.671
Sanggra Agung	3.010	3.139	6.149
Parseh	4.319	4.340	8.659
Bilaporah	3.234	3.312	6.546
Keleyan	4.296	4.462	8.758
Petaonan	1.730	1.889	3.619
Dakiring	1.524	1.554	3.078
Pernajuh	563	557	1.120
Kecamatan Socah	31.539	32.618	64.157

Gambar 1.3 Data penduduk Kecamatan Socah

Sumber: *goodnewsfromindonesia.id*

Berdasarkan data kependudukan Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Socah, total jumlah penduduk tercatat sebanyak 64.157 jiwa, yang terdiri atas 31.539 penduduk laki-laki dan 32.618 penduduk perempuan. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa struktur penduduk di Kecamatan Socah relatif seimbang menurut jenis kelamin, dengan jumlah perempuan sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Kondisi ini mencerminkan stabilitas demografis yang mendukung

keberlangsungan aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat di seluruh desa di wilayah Kecamatan Socah. Desa Socah sebagai objek penelitian memiliki total penduduk sebanyak 6.329 jiwa, dengan rincian 3.137 penduduk laki-laki dan 3.192 penduduk perempuan. Jika dibandingkan dengan desa-desa lain di Kecamatan Socah, jumlah penduduk Desa Socah lebih besar daripada beberapa desa lain, seperti desa Junganyar dengan 3.388 jiwa, Petaonan dengan 3.619 jiwa, Dakiring dengan 3.078 jiwa, dan Pernajuh dengan 1.120 jiwa. Meskipun jumlah penduduknya masih berada di bawah Desa Jaddih yang merupakan desa dengan populasi terbesar, yaitu 11.671 jiwa, populasi Desa Socah tetap tergolong signifikan dan representatif sebagai objek penelitian. Kondisi ini memperkuat relevansi Desa Socah sebagai wilayah studi kasus dalam menggambarkan perilaku sosial dan ekonomi masyarakat.

Karakteristik kependudukan Desa Socah tidak terlepas dari kondisi sosial ekonomi masyarakatnya. Sebagian besar penduduk Desa Socah menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian, perikanan, perdagangan, sektor pemerintahan, dan usaha mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa struktur ekonomi desa bersifat heterogen dan berorientasi pada aktivitas produktif. Variasi mata pencaharian tersebut berdampak pada perbedaan tingkat pendapatan dan pola konsumsi masyarakat, di mana petani dan nelayan cenderung memiliki pendapatan yang tidak menentu akibat faktor musiman, sementara pedagang, pegawai negeri, dan pelaku usaha umumnya memiliki pendapatan yang lebih konsisten. Secara umum, rata-rata pendapatan masyarakat Desa Socah berada pada kisaran Rp8.000.000 per bulan. Perbedaan karakteristik pendapatan memengaruhi pola

pengelolaan keuangan masyarakat, termasuk dalam pemilihan metode pembayaran. Dalam kondisi tertentu, layanan ShopeePayLater berpotensi dimanfaatkan sebagai alternatif pembiayaan jangka pendek untuk memenuhi kebutuhan konsumsi ketika pendapatan belum diterima atau mengalami keterbatasan. Platform e-commerce Shopee memungkinkan konsumen untuk berbelanja dari merek-merek terkenal, sambil menjelajahi toko dan penjual online yang baru. Meskipun ShopeePayLater menawarkan banyak kemudahan, ada beberapa masalah baru saat menggunakannya (W. D. Lestari, 2024). Banyak pengguna terjebak dalam perilaku konsumtif tanpa memahami risiko finansial atau suku bunga dan kewajiban pembayaran. Kondisi ini lebih memprihatinkan bagi orang-orang di desa seperti Desa Socah, di mana tingkat literasi keuangan lebih rendah dibandingkan dengan orang-orang di kota. Kajian ini sangat penting karena peningkatan penggunaan ShopeePayLater di Desa Socah. Khususnya, penelitian ini akan menyelidiki faktor-faktor apa yang menjadi alasan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4	1.957	1.834	3.791
5-9	2.794	2.660	5.454
10-14	2.879	2.648	5.527
15-19	2.245	2.066	4.311
20-24	2.604	2.493	5.097
25-29	2.625	2.441	5.066
30-34	2.415	2.390	4.805
35-39	2.257	2.187	4.444
40-44	2.324	2.509	4.833
45-49	1.998	2.277	4.275
50-54	1.847	2.194	4.041
55-59	1.647	2.032	3.679
60-64	1.430	1.718	3.148
65-69	1.139	1.302	2.441
70-74	634	760	1.394
75+	744	1.107	1.851
Jumlah	31.539	32.618	64.157

Gambar 1.4 Data BPS Kecamatan Socah 2025

Sumber: Sensus BPS Kecamatan Socah 2025

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Desa Socah tercatat sebanyak 64.157 jiwa, terdiri atas 31.539 penduduk laki-laki dan 32.618 penduduk perempuan. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa struktur penduduk Desa Socah relatif seimbang menurut jenis kelamin, dengan jumlah perempuan yang sedikit lebih besar dibandingkan laki-laki. Kondisi ini mencerminkan potensi partisipasi masyarakat yang merata dalam berbagai aktivitas sosial dan ekonomi, termasuk dalam pemanfaatan layanan keuangan digital seperti ShopeePayLater. Selain itu, penduduk Desa Socah pada kelompok usia remaja dan dewasa awal (15–24 tahun) memiliki jumlah yang cukup besar. Kelompok usia ini umumnya memiliki tingkat kedekatan yang tinggi dengan teknologi digital dan cenderung aktif dalam aktivitas belanja daring. Kondisi tersebut menjadikan mereka sebagai salah satu segmen potensial pengguna layanan paylater. Sementara itu, penduduk Desa Socah pada rentang usia 25 – 44 tahun berada pada fase kehidupan dengan kebutuhan ekonomi yang lebih kompleks, seperti pemenuhan kebutuhan rumah tangga, pendidikan, dan konsumsi lainnya. Situasi ini dapat mendorong pemanfaatan fasilitas pembayaran tunda seperti ShopeePayLater sebagai alternatif dalam pengelolaan keuangan jangka pendek. Walaupun jumlah penduduk usia lanjut (60 tahun ke atas) di Desa Socah lebih sedikit dibandingkan penduduk usia produktif, kelompok ini tetap memberikan gambaran bahwa tidak seluruh masyarakat Desa Socah memiliki tingkat kesiapan dan penerimaan yang sama terhadap teknologi digital.

Berbagai peneliti sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam (Konsumen et al., 2024) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan pengguna,

pendapatan, motivasi hedonis, keamanan berpengaruh positif terhadap minat berbelanja konsumen pada penggunaan fitur ShopeePaylater. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (S. Lestari et al., 2023) menemukan bahwa faktor persepsi risiko tidak mempengaruhi perilaku penggunaan *E-wallet* di Indonesia. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Wulan Santikawati (Ulfa et al., 2022) menyatakan bahwa faktor persepsi risiko berpengaruh terhadap pengguna layanan Paylater. Selain itu, penelitian oleh (Bisnis & Nadia, 2021) *Financial Knowledge* memiliki pengaruh positif terhadap *financial behavior* semakin tinggi pengetahuan keuangan maka semakin baik perilaku keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Agustin, 2022) menyatakan analisis faktor seperti pendapatan, niat perilaku, pengaruh sosial, gaya hidup, kondisi yang mendukung, harapan kinerja, persepsi kegunaan, persepsi keamanan teknologi, persepsi kemudahan pengguna, harapan kemudahan usaha, *motivation hedonic*, keakraban, nilai harga berpengaruh positif terhadap pengguna layanan ShopeePaylater. Peneliti yang dilakukan oleh (Farhani et al., 2023) mengatakan faktor sosial juga berpengaruh positif terhadap pengguna layanan Paylater Rekomendasi dari orang terdekat, paparan iklan, serta tren sosial menjadi faktor pendorong utama bagi seseorang untuk memanfaatkan layanan PayLater.

Perbedaan hasil penelitian menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian (*research gap*). Hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pemanfaatan layanan ShopeePayLater belum menunjukkan keseragaman. Salah satu perbedaan yang paling menonjol terletak pada variabel persepsi risiko. (S. Lestari et al., 2023) menemukan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan dompet digital, sedangkan temuan

(Ulfa et al., 2022) justru menunjukkan adanya pengaruh positif antara persepsi risiko dan pemakaian ShopeePayLater. Ketidak konsistenan ini memunculkan pertanyaan ilmiah yang perlu ditelaah lebih lanjut. Di sisi lain, kebanyakan studi terdahulu lebih berfokus pada mahasiswa atau masyarakat kota, sementara penelitian di wilayah pedesaan masih jarang dilakukan. Padahal, kondisi sosial-ekonomi serta tingkat literasi keuangan masyarakat pedesaan berbeda dengan masyarakat perkotaan sehingga kemungkinan besar hasil yang diperoleh juga akan berbeda.

Berdasarkan kondisi tersebut, Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menelaah secara bersamaan faktor-faktor kemudahan penggunaan, tingkat pendapatan, motivasi hedonis, keamanan, pengetahuan keuangan, lingkungan sosial, nilai harga dan persepsi risiko terhadap penggunaan ShopeePayLater. Pemilihan faktor-faktor tersebut menggabungkan sudut pandang teknologi, ekonomi, psikologi, dan literasi keuangan yang jarang dikaji dalam satu penelitian, terlebih di masyarakat pedesaan. Fokus pada Desa Socah juga menjadi keunikan tersendiri, mengingat sebagian besar studi sebelumnya dilakukan di wilayah perkotaan, sehingga hasil yang diperoleh dapat menambah wawasan tentang adopsi layanan PayLater di konteks sosial yang berbeda.

Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat penggunaan ShopeePaylater di Desa Socah semakin meningkat, tidak hanya untuk kebutuhan produktif tetapi juga konsumtif. Dengan tingkat literasi keuangan yang masih relatif terbatas, penggunaan layanan kredit digital ini berpotensi menimbulkan adanya

permasalahan keuangan. Seperti beban hutang, gagal bayar, hingga kerentanan ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu penelitian ini tidak hanya meningkatkan penelitian akademik tetapi juga memberikan saran praktis untuk Masyarakat, pemerintah desa, dan penyedia layanan fintech untuk membuat pengguna ShopeePaylater lebih bijak, sehat, dan berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

Faktor apa saja yang dominan mendorong responden memilih ShopeePayLater dibandingkan layanan PayLater lainnya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang dominan mendorong responden memilih layanan ShopeePayLater dibandingkan Paylater lainnya

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti untuk mengembangkan keterampilan dalam riset kuantitatif, mulai dari penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis hasil. Selain itu, penelitian ini juga memperluas wawasan peneliti mengenai dinamika perilaku konsumen di era digital, khususnya terkait adopsi layanan fintech seperti ShopeePayLater, sehingga dapat memperkuat kompetensi akademik dan praktis peneliti di bidang keuangan digital.

2. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan ShopeePayLater. Dengan pemahaman tersebut, konsumen diharapkan mampu lebih bijak mengelola keuangan pribadi, mempertimbangkan manfaat dan risiko layanan Paylater, serta meningkatkan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif berlebihan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan awal atau referensi bagi pengembangan studi yang lebih luas. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel tambahan, memperluas cakupan wilayah, atau menerapkan metode analisis yang berbeda untuk menghasilkan temuan yang lebih luas dan menyeluruh. Dengan demikian, penelitian ini tidak terbatas pada satu konteks saja, tetapi juga membuka peluang untuk memperkaya literatur akademik mengenai perilaku konsumen dan perkembangan layanan PayLater di Indonesia.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengkajian faktor-faktor yang memengaruhi perilaku masyarakat Desa Socah dalam menggunakan layanan ShopeePayLater. Variabel yang diuji terdiri atas variabel bebas kemudahan penggunaan, pendapatan, motivasi hedonis, keamanan, pengetahuan keuangan, lingkungan sosial, dan persepsi risiko, serta variabel terikat yaitu tingkat pemanfaatan ShopeePayLater. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan metode survei, di mana

kuesioner disebarkan kepada responden yang merupakan warga Desa Socah yang pernah maupun sedang memanfaatkan layanan ShopeePayLater.

Penelitian ini dibatasi agar fokus kajian lebih jelas. Pertama, peneliti hanya melibatkan warga Desa Socah sehingga temuan tidak serta-merta mewakili masyarakat di wilayah lain. Kedua, variabel yang dianalisis hanya tujuh faktor yang telah ditetapkan, sehingga aspek lain seperti promosi, faktor psikologis tidak dikaji mendalam. Ketiga, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berdasarkan persepsi responden sehingga hasilnya lebih menggambarkan pandangan subjektif pengguna