

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan *digital payment* memberikan dampak pada metode pembayaran yang digunakan, salah satu metode pembayaran digital yang berkembang dengan cepat yaitu fitur *PayLater*. Pada fitur *PayLater* memudahkan pengguna untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan tanpa membayar di muka, melainkan pembayaran dapat dilakukan dikemudian hari dengan batas waktu yang telah ditentukan. Batas waktu tersebut dapat dibayar hingga bulan selanjutnya. Pengguna juga dapat melakukan pembayaran dengan cicilan tiap bulannya. Hal ini dapat memberikan keringanan kepada pengguna dalam metode pembayaran untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan (www.tribunnews.com, 2021).

PayLater atau bayar kemudian merupakan cara pembayaran yang baru-baru ini muncul digagas pertama kali oleh Traveloka, pada dasarnya *PayLater* ini serupa dengan kartu kredit dimana memiliki beberapa perbedaan dalam realisasinya. Sebelum *PayLater* sudah ada pendahulu untuk layanan serupa dilansir dari (www.bi.go.id, 2013a) Kartu kredit adalah APMK yang dapat digunakan untuk membayar kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan/atau penarikan tunai. Kewajiban pembayaran pemegang kartu pertama kali dilakukan oleh bank pengakuisisi atau bank penerbit, dan pemegang kartu wajib membayar pada waktu yang telah disepakati, pembayaran satu kali (kartu debit) atau pembayaran angsuran. Konsep *PayLater* sama seperti kartu kredit tetapi memiliki perbedaan yang menonjol yaitu alat yang digunakan, *PayLater* merupakan metode pembayaran yang disediakan oleh perusahaan dan *startup* dirancang untuk memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhannya (Aristanti, 2020).

PayLater memiliki kegunaan atau manfaat yang sama seperti kartu kredit hanya saja pada fitur *PayLater* ini tidak menggunakan kartu fisik dan persyaratan

yang lebih mudah. Fitur ini hanya membutuhkan data diri pengguna yang diminta oleh *merchant*, KTP dan foto diri sedang memegang KTP sebagai bukti bahwa pengguna dan identitas yang digunakan sesuai. Pengguna fitur *PayLater* memerlukan konfirmasi mengenai kelayakan pengguna sesuai dengan kriteria untuk dapat menggunakan fitur *PayLater* yang dilakukan kurang lebih selama 24 jam, lain halnya pada aplikasi Traveloka proses konfirmasi kelayakan pengguna hanya membutuhkan waktu kurang lebih satu jam. Pada aplikasi Traveloka memberikan persyaratan tambahan yaitu pengguna harus menyertakan Kartu Keluarga dan kartu NPWP (diolah dari berbagai sumber, 2020).

Fitur *PayLater* kini ada di beberapa *merchant*, dengan persyaratan yang disesuaikan oleh setiap mitra kerja sama. Mulai dari limit pinjaman yang bervariasi, presentase bunga dan tenor cicilan yang disediakan. Meskipun memiliki konsep yang sama seperti kartu kredit tetapi Fitur *PayLater* lebih mudah digunakan karena hal tersebut fitur ini banyak digunakan oleh kaum milenial. Dengan kemudahan tersebut pengguna harus lebih memperhatikan kebijakan yang diberikan oleh penyedia Fitur *PayLater* agar pengguna tidak terbelit hutang seperti halnya dalam penggunaan kartu kredit (Gumiwang, 2019).

Fitur *paylater* yang digunakan oleh peneliti berfokus pada 4 aplikasi yang bergerak di bidang *e-commerce* dan *e-wallet*, yaitu OVO, Shopee, Gojek dan Traveloka. Pemilihan ke-empat aplikasi ini peneliti gunakan karena aplikasi tersebut termasuk ke dalam aplikasi yang memiliki pengguna fitur *paylater* terbanyak. Dikutip dari laman wartaekonomi.co.id, hasil riset yang telah dilakukan kepada 347 responden yang menggunakan fitur *paylater* lebih dari satu aplikasi menobatkan OVO sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan, disusul oleh Gojek, Shopee dan Traveloka (Pramudita, 2019).

1.1.1 OVO



Gambar 1.1 Logo OVO

Sumber : www.ovo.id, 2017

OVO merupakan aplikasi pintar yang memungkinkan pengguna dengan mudah memenuhi segala kebutuhan secara *online* (OVO Cash) baik dalam bertransaksi maupun pembayaran. OVO juga memiliki fungsi lain seperti pemberian *Loyalty rewards* kepada pengguna OVO dalam setiap transaksi di beberapa *merchant* rekanan. Selain itu, dapat digunakan kembali sebagai alat pembayaran di seluruh merchant rekanan OVO (OVO Points). Setiap pengguna mendapatkan satu (1) point OVO, maka akan memiliki nilai tukar sebesar Rp1,00. Dengan adanya penawaran ini maka pengguna memiliki kesempatan besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (www.ovo.id, 2017a).

Dalam sistemnya, OVO membagi penggunaannya kedalam dua jenis keanggotaan, yaitu OVO Club dan OVO Premier. Ada ketentuan yang membedakan kedua sistem tersebut yaitu sistem OVO Club dapat menyimpan saldo *cash* hingga dua juta rupiah sedangkan sistem OVO Premier memiliki kelebihan dapat menyimpan saldo *cash* hingga sepuluh juta rupiah selain itu pada sistem *premier* pengguna dapat melakukan *transfer* ke bank secara gratis, dan dapat melakukan *transfer* secara gratis ke sesama pengguna OVO (www.ovo.id, 2017a).

Dewasa ini OVO memiliki karakteristik baru dalam aplikasinya yang dapat menarik perhatian lebih penggunaannya. Karakteristik yang ditawarkan oleh OVO yaitu OVO PayLater. Perusahaan *Peer-to-Peer Lending* PT Indonusa Bara

Sejahtera (Taralite) memberikan layanan pinjaman OVO *PayLater* dalam bentuk kredit *limit* yang dapat digunakan untuk transaksi di aplikasi OVO. Dalam penggunaan layanan ini pengguna harus menerima syarat dan ketentuan dan perjanjian pinjaman secara elektronik yang ditetapkan oleh OVO dan *partner*, setelah itu pengguna dapat melakukan aktivasi setelah adanya permohonan pinjaman untuk transaksi pertama, nilai transaksi tersebut merupakan nilai pinjaman yang dimohonkan oleh pengguna ketika melakukan perjanjian (www.ovo.id, 2017c).

1.1.2 Gojek



Gambar 1.2 Logo Gojek

Sumber : www.gojek.com, 2021

Gojek merupakan salah satu aplikasi yang dalam penggunaannya termuat beragam solusi untuk membantu pemenuhan kebutuhan pengguna. Dengan aplikasi Gojek, pengguna dapat mengakses lebih dari 20 layanan, mulai dari transportasi, pesan antar makanan, belanja, pesan antar barang, pembayaran, pijat, hingga kebersihan rumah dan kendaraan hanya dengan mengunduh satu aplikasi tersebut (www.gojek.com, 2020b).

Sesuai dengan kebutuhan pengguna yang ingin melakukan transaksi secara lebih bebas kini Gojek menjadi salah satu *platform* teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga aplikasi super untuk pelanggan, mitra pengemudi, dan mitra bisnis. Dalam pencapaiannya untuk dapat berada di posisi saat ini Gojek berpegang kepada 3 pilar yang diyakini

agar dapat bertahan dan terus berkembang. Pertama kecepatan dimana Gojek akan melayani *customer* nya dengan pengalaman pertumbuhan dan pembelajaran yang berkelanjutan, kedua inovasi Gojek untuk meningkatkan layanannya guna memberikan kemudahan kepada semua pelanggan dan ketiga dampak sosial pada aplikasi Gojek akan menciptakan dampak sosial yang positif bagi semua secara konsisten (www.gojek.com, 2020b).

Terdapat dua metode pembayaran yang dimiliki Gojek yaitu GoPay dan tunai yang sejak awal digunakan. Saat ini, Gojek memberikan layanan baru dalam metode pembayaran yaitu *PayLater*. Gojek *PayLater* merupakan cara pembayaran pada aplikasi Gojek yang memberikan pinjaman bebas bunga. Pengguna bisa memesan berbagai layanan Gojek terlebih dahulu yang kemudian dapat melakukan pembayaran pada akhir bulan atau mendapat potongan pada saldo GoPay *customer*. Fitur tersebut merupakan hasil kerja sama antara Gojek dengan Findaya, yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selain dapat digunakan untuk layanan Gojek, fitur tersebut dapat digunakan untuk pembayaran lainnya pada *merchant* rekanan Gojek. Metode pembayaran ini dapat dikatakan mudah untuk digunakan oleh pengguna karena *customer* cukup memilih GoPay *PayLater* sebagai opsi pembayaran ketika akan melakukan *check out* (www.gojek.com, 2020a).

1.1.3 Shopee



Gambar 1.3 Logo Shopee

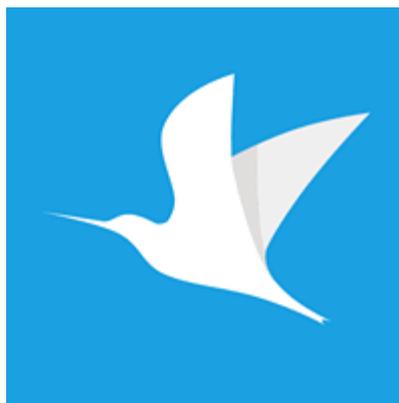
Sumber : www.shopee.co.id, 2021

Shopee merupakan salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee memberikan pengalaman belanja *online* yang

sederhana, aman dan cepat melalui dukungan pembayaran serta pemenuhan yang kuat. Shopee diluncurkan pada tahun 2015 dengan menyesuaikan kebutuhan pengguna di setiap wilayah jangkauannya. Shopee memiliki visi yaitu pengguna dapat berbelanja *online* dengan mudah dan menyenangkan tanpa ada kendala. (www.careers.shopee.co.id, n.d.).

Shopee memiliki berbagai macam metode pembayaran yang dapat digunakan untuk transaksi, yaitu melalui transfer bank, kartu kredit dan *ShopeePay*. Dengan mengikuti perkembangan yang ada, Shopee menerapkan metode pembayaran baru yang ditujukan bagi para pengguna setia aplikasi tersebut yaitu *ShopeePayLater* yang kini telah berganti nama menjadi *SPayLater* (IT, 2019). *SPayLater* adalah layanan pinjaman yang diberikan oleh pemberi pinjaman yaitu PT Lentera Dana Nusantara dan PT Commerce Finance yang telah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dimana proses verifikasi *SPayLater* diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) (www.help.shopee.co.id, 2019). Berbeda dengan metode *ShopeePay* yang dapat diaktifkan secara otomatis, metode pembayaran melalui *SPayLater* hanya dapat digunakan oleh pengguna aktif yang dianggap memenuhi syarat untuk menggunakan aplikasi *SPayLater* Shopee. (IT, 2019).

1.1.4 Traveloka



Gambar 1.4 Logo Traveloka

Sumber : www.traveloka.com, 2020

PT Traveloka Indonesia didirikan pada tahun 2012, perusahaan ini merupakan perusahaan perjalanan terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan

beragam kebutuhan perjalanan dalam satu *platform*. Banyak layanan yang diberikan oleh Traveloka, yaitu tiket pesawat dan hotel khususnya di Indonesia. Selain itu Traveloka memberikan layanan lainnya yaitu tiket kereta, paket pesawat dan hotel, aktivitas dan rekreasi, produk-produk konektivitas serta transportasi bandara dan bus (www.traveloka.com, 2020).

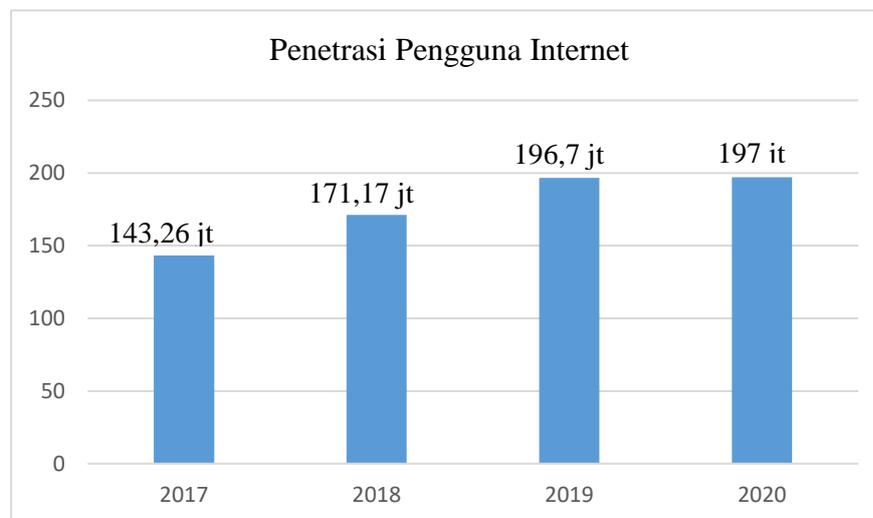
Traveloka merupakan salah satu *startup* yang sudah menjadi *unicorn*. Keunggulan tersebut ditandai dengan penggunaan aplikasi Traveloka yang sudah merambah ke beberapa Negara. Selain itu, Traveloka juga didukung oleh lebih dari 40 metode pembayaran untuk seluruh pelanggan di Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia, Singapura, dan Filipina serta layanan pelanggan 24 jam yang siap disajikan dalam bahasa lokal (www.traveloka.com, 2020).

Aplikasi *mobile* Traveloka telah diunduh lebih dari 30 juta kali yang menjadikannya aplikasi *mobile* terpopuler di Asia Tenggara (www.traveloka.com, 2020). Semakin ketatnya persaingan dalam kemajuan teknologi dan internet, Traveloka sebagai produk *e-commerce* pertama yang menambahkan fitur *PayLater* pada metode pembayaran. *PayLater* sendiri merupakan alat pembayaran baru yang memfasilitasi pengguna agar dapat menunda pembayaran serta dapat mengajukan pinjaman dengan tenor tertentu untuk dapat membayarkan akomodasi atau fasilitas yang telah digunakan. Traveloka bekerja sama dengan Danamas dalam menjalankan terobosan terbarunya dan menetapkan biaya bunga. Bunga ini nantinya akan ditambahkan dalam setiap pembayaran cicilan yang telah ditentukan sebelumnya. Apabila pengguna telat melakukan pembayaran maka akan dikenakan biaya keterlambatan (Pratama, 2018).

1.2 Latar Belakang

Semua sektor di era globalisasi ini mengalami perkembangan yang pesat akibat dari teknologi dan internet yang terus berinovasi. Salah satunya dalam sektor bisnis yang kemudian menciptakan perdagangan *online* atau *e-commerce*. Pada gambar 1.5 kita dapat melihat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Dalam data tersebut menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 143,26 juta jiwa, pada tahun 2018 sebanyak

171,17 juta jiwa, pada tahun 2019 sebanyak 196,7 juta jiwa dan terakhir pada tahun 2020 kembali mengalami peningkatan menjadi 197 juta jiwa pengguna. Semakin banyaknya kemudahan yang diberikan oleh internet, mendorong terciptanya transformasi dalam era digital pada seluruh aspek kehidupan. Hal ini dapat berpengaruh pada peningkatan penggunaan internet di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat ini dapat menciptakan inovasi dalam kemudahan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.



Gambar 1.5 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Hasil Survei APJII Tahun 2017-2020

Perkembangan teknologi dan internet memberikan pengaruh pada industri perdagangan cukup besar, dan pengaruh ini juga merambah ke industri keuangan Indonesia. Keberadaan *financial technology (fintech)* menunjukkan hal tersebut. Dengan adanya sistem keuangan tradisional (didorong oleh bank) dan kemajuan teknologi keuangan (didorong oleh konsumen), membuat lebih banyak muncul pelaku di sektor keuangan Indonesia. *Financial Technology (FinTech)* merupakan penerapan teknologi informasi pada bidang keuangan. Hal tersebut membuat banyaknya inovasi baru pada model keuangan yang dibuat oleh Zopa pada tahun 2004, ini adalah lembaga keuangan Inggris yang mengelola layanan pinjaman uang (Novendra & Aulianisa, 2020).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku lembaga yang mengurus keseluruhan kegiatan pada sektor keuangan, menjabarkan dua ranah *Financial*

Technology (FinTech) yang berada dibawah pengawasan. *Financial Technology 2.0* Mengenai Lembaga Jasa Keuangan Digital dan *Digital Banking* serta, *Financial Technology 3.0-3.5* mengenai *Startup Companies* non lembaga jasa keuangan dengan ranah bisnis yang akan diatur seperti koperasi, bursa berjangka dan *loan-based crowdfunding* termasuk *Peer to Peer Lending* (Nabila, 2016). Hingga saat ini tercatat ada 121 perusahaan penyelenggara *FinTech Peer to Peer Lending* yang terdaftar dan berizin di OJK. Dari banyaknya perusahaan tercatat, terdapat 20 perusahaan yang menambahkan fitur *PayLater* sebagai metode pembayaran. *PayLater* pada dasarnya merupakan bagian dari *Peer to Peer Lending* yang sudah berkembang, karena hal tersebut layanan *Peer to Peer Lending* dan *PayLater* diatur dalam peraturan yang sama, tertera pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, peraturan ini terkait kegiatan usaha, pendaftaran perizinan, mitigasi risiko, pelaporan, dan tata kelola sistem teknologi informasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Subyek penelitian ilmiah ini akan berfokus pada salah satu produk *financial technology* yaitu fitur *PayLater* yang merupakan bagian dari *Peer-To-Peer Lending*. Berkembang pesatnya kemajuan dalam bidang keuangan menghadirkan jasa peminjaman *online* dengan penerapan yang berbeda berupa peminjaman yang diperuntukkan dalam proses pembayaran. Sistem pembayaran *PayLater* tersebut dijadikan sebagai terobosan baru pada *platform e-commerce*. Proses dalam menggunakan sistem pembayaran *PayLater* juga sangat mudah dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengguna akan mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dengan pembayaran yang ditanggung oleh *platform*, kemudian pengguna dapat membayar tanggungan tersebut kepada *platform* sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan. Terdapat dua metode pembayaran, yaitu pengguna melakukan pembayaran sebelum batas waktu yang telah ditentukan atau pengguna dapat melakukan cicilan setiap bulannya. Saat ini fitur *PayLater* merupakan metode pembayaran yang banyak diminati oleh kaum milenial. Hal tersebut menjadi sebuah alternatif pembayaran ketika pengguna memiliki anggaran yang terbatas namun ingin memenuhi kebutuhannya. Beberapa

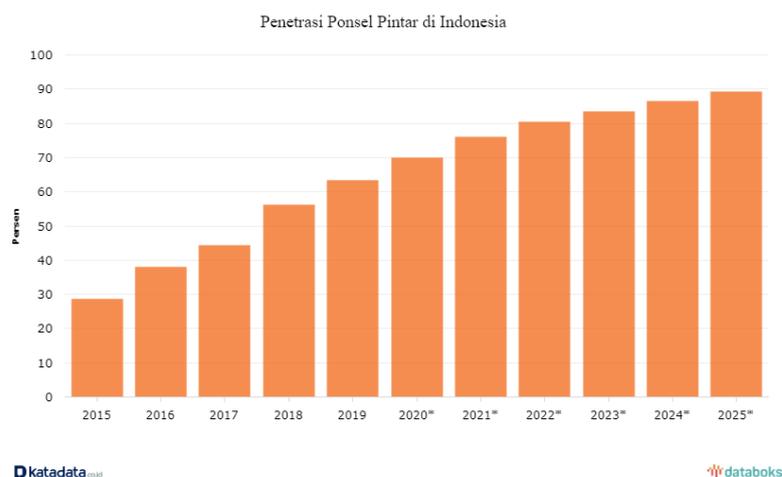
perusahaan aplikasi besar seperti Gojek, OVO, Shopee dan Traveloka gencar mempromosikan fitur ini di *platform* mereka (Gumiwang, 2019).

Sebelum adanya fitur *PayLater*, metode peminjaman pertama kali hadir dengan menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran yang praktis untuk memenuhi kebutuhan. Dikutip dari laman Bank Indonesia, www.bi.id, kartu kredit adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu (APMK) yang dapat digunakan untuk membayar kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan/atau penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, selanjutnya barulah pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara sekaligus (*charge card*) ataupun dengan cicilan. Seiring pesatnya kemajuan teknologi, sistem peminjaman juga semakin berkembang. Hal ini ditandai dengan hadirnya beberapa aplikasi peminjaman tanpa perlu menggunakan kartu kredit seperti cicil, kredit pintar, tunai kita, kredivo dan media pinjaman *online* lainnya. Salah satu metode pembayaran dengan cicilan tanpa kartu kredit secara *online* yang banyak diminati yaitu fitur *PayLater*.

Penggunaan metode pembayaran *PayLater* memiliki dampak yang baik bagi beberapa *e-commerce* dalam transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Riset yang dilakukan oleh kredivo dan katadata *insight center* berdasarkan enam *e-commerce* besar di Indonesia menunjukkan metode pembayaran *PayLater* memberikan kontribusi sebesar 27% pada setiap transaksi, sementara penggunaan kartu kredit hanya berkontribusi sebesar 6% pada setiap transaksi (Safitri, 2021). Selain itu, *PayLater* juga merupakan pilihan alternatif pembayaran yang nyaman dan mudah digunakan oleh pengguna. Fungsi dari fitur *PayLater* sangat mudah untuk dipahami oleh pengguna sehingga banyak pengguna yang memilih untuk menggunakan metode pembayaran *PayLater*. Melalui hasil riset yang dilakukan oleh *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED) menunjukkan bahwa 82,97% responden menggunakan *PayLater* untuk memenuhi kebutuhan mendadak, lalu 43,32% responden menggunakan *PayLater* untuk membeli kebutuhan diluar pengeluaran bulanan, sementara 25,33% responden lainnya

menggunakan *PayLater* untuk mengatasi pengelolaan pengeluaran bulanan (Rahardyan, 2021).

Kehadiran fitur *PayLater* ini tidak hanya memberikan dampak yang positif tetapi juga terdapat dampak yang negatif. Melihat sudut pandang dari perusahaan penyedia fitur *PayLater*, keuntungan yang didapatkan berasal dari biaya penanganan untuk setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna dan biaya keterlambatan (Novendra & Aulianisa, 2020). Sedangkan dari sisi pengguna, fitur *PayLater* memberikan kemudahan dalam proses peminjaman serta lebih cepat mendapatkan kebutuhan yang diinginkan, karena kemudahan tersebut meningkatkan *impulsive buying* yaitu perilaku berbelanja tanpa perencanaan terlebih dahulu yang menyebabkan penumpukan hutang atau biaya cicilan (Dewi, 2020). Biaya cicilan yang mengalami penunggakan akan berdampak pada kacaunya rencana keuangan pengguna. Faktor buruk yang bersumber dari eksternal salah satunya pinjaman yang diberikan oleh penyedia layanan memiliki bunga yang tidak masuk akal. Selain itu, karena ada beberapa perusahaan yang tidak terdaftar di OJK proses penagihan kepada pengguna dilakukan dengan cara yang tidak wajar. Akibat hal tersebut beberapa hal membuat para pengguna perlu mempertimbangkan terlebih dahulu untuk menggunakan pinjaman *online* (Rahayu et al., 2011).



Gambar 1.6 Penetrasi Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia
Sumber : www.databoks.katadata.co.id (2020)

Berdasarkan gambar 1.6 menunjukkan bahwa ada peningkatan pengguna *smartphone*, hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat sudah memiliki *smartphone*. Menurut prediksi dari Pusparisa (2020) pengguna ponsel pintar di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2025 setidaknya ada 89,2 persen populasi penduduk di Indonesia yang akan memanfaatkan beragam fitur di ponsel pintar. Berbagai fungsi ponsel sebagai penunjang pekerjaan, alat untuk berinteraksi hingga digunakan untuk bertransaksi dan melakukan usaha yang saat ini sudah menjadi bagian penting bagi kehidupan masyarakat.

Pada tabel 1.1 ditampilkan perbandingan mengenai fitur *PayLater* di berbagai *platform* berbeda, hal yang paling menonjol terletak pada bunga yang ditawarkan. Kelebihan dan kekurangan setiap *platform* menyebabkan persaingan antara masing-masing *platform* untuk menunjukkan performa terbaik. Dalam tabel 1.1 pertama ada Traveloka sebagai pencetus utama fitur ini menetapkan bunga sebesar 2,14% – 4,78% per bulan dengan tenor 1 – 12 bulan, pinjaman yang diberikan kepada pelanggan akan disesuaikan dengan data gaji yang telah diisi oleh pelanggan ketika konfirmasi pendaftaran fitur *PayLater*. Traveloka memberikan limit maksimal yang cukup besar yaitu lima puluh juta rupiah, kebijakan tersebut diberikan apabila pengguna telah memenuhi persyaratan dan dapat dijamin tanggung jawabnya. Selanjutnya ada Shopee, pada *platform* Shopee kini sudah berganti nama dari *ShopeePayLater* menjadi *SPayLater*. *SPayLater* menetapkan bunga sebesar 0 – 2,95% per bulan dengan tenor maksimal 3 bulan, pinjaman pertama yang diberikan kepada pengguna sebesar Rp750.000,00. Limit pinjaman tersebut akan meningkat terus berdasarkan rutinitas pemakaian dan pembayaran pengguna. Selanjutnya ada Gopay *PayLater* dari Gojek yang menetapkan bunga sebesar Rp25.000,00 per bulan dengan tenor setiap akhir bulan, dengan limit yang diberikan oleh Gojek sebesar satu juta rupiah. Gopay *PayLater* hanya dapat digunakan oleh para pengguna setia Gojek yang ditentukan oleh perusahaan. Terakhir ada OVO *PayLater*, fitur ini bisa digunakan untuk berbelanja di aplikasi Tokopedia saja. OVO memberikan bunga sebesar 2,9% per bulan dengan tenor 3-12 bulan, limit yang diberikan juga cukup besar yaitu hingga sepuluh juta rupiah.

Tabel 1.1 Data Perbandingan *Platform*

<i>Platform</i>	Persyaratan	Bunga	Penyedia Layanan	Kelebihan	Kekurangan
Traveloka <i>PayLater</i>	>data pribadi, keluarga >pekerjaan dan gaji >KTP, SIM, BPJS, NPWP/KK >WNI	2,14% – 4,78% per bulan Tenor: 1 – 12 bulan	Danamas	>Dapat digunakan untuk merchant yang menerima paylater >limit pinjaman max bisa sampai 50jt	>Limit peminjaman d disesuaikan dengan gaji
<i>SPayLater</i>	>WNI 17 tahun, KTP >akun shopee terverifikasi, akun minimal telah dipakai selama 6 bulan dan rutin digunakan	0 – 2,95% per bulan Tenor: Maks. 3 bulan	Lentera dana	>diberikan pinjaman awal sebesar 750rb >dapat mengajukan penambahan limit 1x	>penambahan limit berdasarkan pada rutinitas pemakaian
Gopay <i>PayLater</i>	>berlangganan menggunakan aplikasi gojek dan gopay >KTP, WNI 21 tahun	Rp25 ribu/bulan Tenor: Di akhir bulan	Findaya	>loyalitas terhadap pengguna gopay	>limit hanya sampai 1juta >hanya pengguna setia gopay
OVO <i>PayLater</i>	>harus memiliki aplikasi Tokopedia	2,9% per bulan Tenor: 3-12 bulan	Taralite	>limit pinjaman max 10jt	>hanya dapat digunakan pada <i>platform</i> tokopedia

Sumber : Diolah penulis dari berbagai sumber.

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa adanya fitur *PayLater* ini semakin memudahkan pelanggan untuk mendapatkan kebutuhan mereka saat ini, karena pengguna dapat memenuhi kebutuhannya terlebih dahulu lalu dibayar kemudian. Kemudahan di bagian finansial khususnya proses pembayaran cukup berkembang dengan pesat karena adanya penunjang teknologi dan internet. Penelitian sebelumnya dari Mukminin (2019) yang meneliti perilaku pengguna *PayLater* pada Traveloka menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) membuktikan bahwa variabel dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) berpengaruh signifikan pada minat pengguna sehingga dengan adanya fitur tersebut membantu dan memudahkan pengguna dalam menggunakan Traveloka. Penelitian dari Yuniarti & Ekowati (2019) mengkaji pengaruh kepercayaan, kemudahan, kegunaan, kualitas pelayanan, kesesuaian, keunggulan relatif dan risiko terhadap minat penggunaan *Financial Technology Peer to Peer Lending*. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kualitas pelayanan dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Financial Technology Peer to Peer Lending*. Sedangkan, kepercayaan, kegunaan, keunggulan relatif dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *Financial Technology Peer to Peer Lending*. Penelitian dari Syahadiyanti & Subriadi (2018) *Diffusion of Innovation Theory Utilization Online Financial Transaction* menjelaskan penggunaan transaksi keuangan *online* merupakan penerapan teknologi dalam sistem pembayaran agar lebih cepat, tepat dan akurat, tetapi tidak semua variabel termasuk dalam teori difusi inovasi sesuai dengan kondisi, hanya beberapa variabel yang cocok untuk diadopsi dari transaksi keuangan *online* saat ini. Penelitian dari Rianti & Rikumahu (2020) yaitu menggunakan kerangka *Diffusion of Innovation Theory* (IDT) untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pribadi untuk menggunakan atau mengadopsi layanan *fintech* LinkAja. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), dapat diuji coba (*trialability*), dan dapat diamati (*observability*) berpengaruh secara signifikan

terhadap niat mengadopsi layanan *financial technology* LinkAja, sedangkan kerumitan (*complexity*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mengadopsi LinkAja. Penelitian dari Akmalia & Rikumahu (2019) menggunakan *Diffusion of Innovation Theory* untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat adopsi Jenius di Bandung dan Jakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), dan dapat diamati (*observability*) memiliki pengaruh positif signifikan, kemudian kerumitan (*complexity*) dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital Jenius di Kota Bandung dan Jakarta. Sedangkan dapat diuji coba (*trialability*) tidak memiliki pengaruh positif signifikan.

Penelitian yang digunakan menjadi acuan utama dalam penulisan ini yaitu dari Indriyati & Aisyah (2019) menggunakan kerangka *Diffusion of Innovation Theory* (IDT) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam penggunaan layanan *financial technology*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), dapat diuji coba (*trialability*), dan dapat diamati (*observability*) berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology* di Kota Yogyakarta, sedangkan kerumitan (*complexity*) berpengaruh negatif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology* di Kota Yogyakarta. Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan yang akan penulis teliti, persamaanya terletak pada model yang digunakan yaitu model *Innovation Diffusion Theory*. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, pada penelitian tersebut menggunakan objek *financial technology* sedangkan penulis menggunakan produk turunan dari *financial technology* yaitu *PayLater*. Everett M. Rogers pertama kali mengemukakan tentang teori difusi inovasi melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovation* pada tahun 1983. Difusi merupakan proses memperkenalkan inovasi di antara anggota sistem sosial selama periode waktu tertentu. Inovasi adalah sesuatu yang individu atau kelompok anggap baru. Dalam konteks difusi inovasi hingga adopsi akhir Rogers (2003) memberikan karakteristik yang dapat membantu untuk mengurangi

ketidakpastian tentang inovasi sehingga mempengaruhi tingkat adopsi individu terhadap inovasi baru. Rogers (2003) menjelaskan bahwa karakteristik inovasi tersebut adalah keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), dapat diuji coba (*trialability*), dan dapat diamati (*observability*). Kelima karakteristik tersebut berada pada tahap persuasif dalam proses pengambilan keputusan inovasi dan berperan sangat penting dalam pengambilan keputusan inovasi..

Berdasarkan hal tersebut peneliti bermaksud untuk meneliti lebih lanjut mengenai minat penggunaan fitur *PayLater* pada beberapa *platform* untuk mengetahui apakah adanya fitur tersebut diminati untuk digunakan karena membantu para penggunanya. Dengan menggunakan karakteristik dari model *Innovation Diffusion Theory* yaitu keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), dapat diuji coba (*trialability*), dan dapat diamati (*observability*), karena tidak semua variabel cocok pada kondisi transaksi keuangan saat ini. Dari beberapa penelitian tersebut dan pemaparan sebelumnya oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengangkat judul tersebut **“Analisis Penggunaan Fitur *Paylater* sebagai Media Pembayaran *Online* (*Fintech*) Menggunakan *Diffusion Of Innovation Model* (Studi Kasus pada *OVO, Gojek, Shopee, dan Traveloka*)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Pada era industri digital 4.0 ini banyak inovasi yang berkembang salah satunya sistem pembayaran, sejalan dengan berkembangnya *online shopping* kini metode pembayaran pun bergeser menjadi *online* atau *mobile payment*. Dari hal tersebut muncul metode pembayaran baru yaitu *PayLater* yang diluncurkan pertama kali oleh Traveloka, fitur ini memberikan kemudahan kepada penggunanya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan menikmati produk tetapi dapat melakukan pembayaran kemudian dan dapat dicicil. Hal ini membuat posisi kartu kredit mulai tersisihkan karena kemudahannya dan keamanannya, terlebih lagi kini fitur ini mulai merambah pada beberapa platform seperti *GOJEK, OVO, Shoppe, Traveloka* dan ada beberapa toko atau *café* yang menerapkan sistem tersebut. Disamping itu banyak berita terkait *paylater* yang

menganggap bahwa fitur ini meningkatkan konsumtif masyarakat dalam berbelanja, mengakibatkan pengguna terlilit hutang karena ada biaya tambahan tak terduga, arus kas terganggu dan hal lainnya. Disisi lain juga banyak orang yang merasa puas dan terbantu dengan adanya fitur ini.

Berdasarkan hasil literatur *review* dalam penelitian pembayaran *online* dan rumusan masalah yang ada, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh variabel keunggulan relatif (*relative advantage*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?
- 2) Bagaimana pengaruh variabel kesesuaian (*compatibility*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?
- 3) Bagaimana pengaruh variabel kerumitan (*complexity*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?
- 4) Bagaimana pengaruh variabel dapat diuji coba (*trialability*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?
- 5) Bagaimana pengaruh variabel dapat diamati (*observability*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?
- 6) Bagaimana pengaruh simultan dari variabel keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), dapat diuji coba (*trialability*), dapat diamati (*observability*) terhadap minat penggunaan fitur *PayLater* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penyebaran inovasi pengguna fitur *PayLater* sebagai media pembayaran *online* dengan menjawab pertanyaan penelitian sebelumnya :

- 1) Mengetahui apakah variabel keunggulan relatif (*relative advantage*) berdampak positif atau negatif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.
- 2) Mengetahui apakah variabel kesesuaian (*compatibility*) berdampak positif atau negatif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.
- 3) Mengetahui apakah variabel kerumitan (*complexity*) berdampak positif atau negatif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.

- 4) Mengetahui apakah variabel dapat diuji coba (*trialability*) berdampak positif atau negatif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.
- 5) Mengetahui apakah variabel dapat diamati (*observability*) berdampak positif atau negatif terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.
- 6) Mengetahui apakah variabel keunggulan relatif (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), dapat diuji coba (*trialability*), dapat diamati (*observability*) berpengaruh simultan terhadap minat penggunaan fitur *PayLater*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini terdapat manfaat, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan yang bermanfaat bagi para akademisi yang mendalami bidang manajemen dan pengetahuan industri terkait. Penulis juga berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pengetahuan baru untuk dianalisis melalui *diffusion of innovation theory* di masa yang akan datang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dari penelitian ini penulis berharap banyak perusahaan yang dapat terbantu khususnya pada perusahaan yang menerapkan fitur *PayLater*. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai informasi yang bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan layanan dan keamanan sistem pembayaran *online*. Sehingga perusahaan dapat melakukan inovasi lebih lanjut untuk memenuhi kepuasan konsumen. Sedangkan bagi masyarakat, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi mengenai resiko juga bagaimana sistem yang terdapat pada fitur *PayLater* ini.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini dapat dipaparkan dalam sistematika penelitian sebagai berikut:

a. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dari

penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian tugas akhir.

b. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang teori dasar yang melandasi penelitian untuk mendukung pemecahan masalah, penelitian terdahulu yang relevan untuk dijadikan sarana pendukung, dan kerangka pemikiran.

c. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sistematika pemecahan masalah mengenai jenis penelitian, operasional variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel yang akan digunakan, pengumpulan data dan sumber data, dan serta teknik analisis data dengan tujuan mendapat hasil yang sistematis.

d. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian tentang cara pengumpulan data, hasil penelitian dan pembahasan penelitian secara detail.

e. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan masalah dan objek penelitian juga untuk masa yang akan datang.