

Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Paylater pada Aplikasi Shopee

Muhammad Stevan¹, Muhammad Zidan², Muhammad Alhaadiy Faneri³, Aldi Maulana⁴, Fitri Ayu Nofirda⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi& Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: mrstepen12@gmail.com¹, Alhaadiymuhammad@gmail.com², am0421881@gmail.com³, fitriayunofirda@umri.ac.id⁴

Abstrak

Dalam e-commerce ada bagian yang sangat populer saat ini: pasar. Salah satu dari 4.444 platform jual beli yang banyak diminati masyarakat Indonesia adalah Shopee. Shopee juga menawarkan berbagai fitur unggulan di aplikasi seluler Shopee, termasuk Shopee Bayar nanti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari fitur-fitur yang tersedia, pada marketplace Shopee, memahami mekanisme penggunaan "Pay Later" pada shopper marketplace dan mengetahui penggunaan pay later. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pengambilan data menggunakan metode library research serta pendekatan normatif. Hasil penelitian ini yaitu. Bank Indonesia sebagai lembaga makroprudensial telah mengatur keabsahan Shopee Pay Later melalui Surat Bank Indonesia No.20/293/DKSP/Srt/B pada tanggal 8 Agustus 2018. Dengan demikian pelaksanaan Shopee Pay Later resmi dan telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia.

Kata kunci: *Hedonic Motivations, PayLater, Shopee PayLater.*

Abstract

In e-commerce there is a section that is very popular today: the marketplace. One of the 444 buying and selling platforms that many Indonesians are interested in is Shopee. Shopee also offers various superior features in the Shopee mobile application, including Shopee Pay later. The purpose of this research is to study the features available on the Shopee marketplace, understand the mechanism for using "Pay Later" on the shopper marketplace and find out the use of pay later. This research is qualitative research with data collection using the library research method and a normative approach. The results of this research are that Bank Indonesia as a macroprudential institution has regulated the validity of Shopee Pay Later through Bank Indonesia Letter No.20/293/DKSP/Srt/B on August 8 2018. Thus, the implementation of Shopee Pay Later is official and has received permission from Bank Indonesia

Keywords : *Hedonic motivations, PayLater, Shopee PayLater.*

PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang teknologi telah melahirkan berbagai inovasi di beberapa aspek era digital, salah satu inovasi di bidang keuangan adalah hadirnya financial technology atau yang selanjutnya disebut dengan fintech. Kehadiran fintech akan menciptakan proses transaksi keuangan yang lebih modern dan nyaman. Berbagai inovasi dilakukan sejumlah perusahaan fintech dan e-commerce, termasuk terciptanya alternatif metode pembayaran online berbasis pulsa, khususnya Paylater Paylater, pembayaran yang sekilas mirip kartu kredit, kini menjadi metode pembayaran yang menarik dan bagi pengguna dengan anggaran terbatas (Bayu dan Sarah, 2020). RISED (2020) melaporkan bahwa intensitas penggunaan metode beli sekarang bayar nanti meningkat selama pandemi.



Gambar 1. Sumber : goodnewsfromindonesia.id (2022)

Metode pembayaran Paylater telah disediakan oleh sejumlah platform yang menyediakan layanan keuangan online, layanan e-commerce, dan dompet elektronik untuk mendiversifikasi produk di bidang pembiayaan kredit. Shopee adalah salah satu platform pembayaran berikut yang mengalami peningkatan 4.444 transaksi selama pandemi. Sebuah studi yang dilakukan oleh DSRResearch pada tahun 2021 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan metode pembayaran Paylater di situs belanja online yang berbeda mengalami peningkatan, hasil studi menunjukkan bahwa dari tahun 2019 hingga 2021, Shopee telah melihat peningkatan pangsa pengguna Shopee Paylater menjadi dari 34,8% (n=347) pada tahun 2019, angka meningkat menjadi 78,4% (n=509) dan menjadikan Shopee PayLater sebagai pilihan nomor satu bagi saat menggunakan Pay Later. Dengan kemudahan yang diberikan seperti kemudahan menyelesaikan proses registrasi dan proses transaksi yang tidak memakan banyak waktu, seringkali pengguna terpesona dengan tersebut. Sebagaimana dikemukakan oleh Davis (2018:701), kenyamanan adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan sistem tidak rumit dan diperlukan sedikit usaha dari pengguna untuk dapat menggunakan sistem. Oleh karena itu, hal ini dapat mengindikasikan

munculnya perasaan bahagia atau motivasi kenikmatan pada diri pengguna sehingga membuat pengguna ingin terus menggunakan fitur ShopPayLater. Motivasi hedonis merupakan motivasi pembelian pengguna, karena berbelanja itu sendiri merupakan suatu kesenangan dan pengguna mungkin tidak memperhatikan kegunaan produk yang dibelinya (Kosyu et al., 2014). Hal ini harus diperhatikan dengan kondisi perekonomian atau pendapatan yang dimiliki pengguna, apakah kedepannya pengguna dapat memenuhi jangka waktu pembayaran dan tingkat bunga pinjaman yang telah ditentukan, terutama jika terjadi keterlambatan pembayaran. pada tanggal jatuh tempo menyebabkan denda.(2022) berpendapat bahwa faktor kenyamanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada e-commerce. Pada penelitian ini, tidak terdapat dampak positif yang signifikan terhadap suku bunga dari penggunaan sistem beli sekarang, bayar nanti.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan dengan penggalian majalah, wawancara dan buku-buku lainnya. Pendekatan yang digunakan adalah Normatif, khusus mengkaji dalil-dalil Al-Quran dan Hadits serta pendapat para ulama mazhab khususnya Imam Syafi'i mengenai penggunaan pembayaran di masa depan di Shopee. Aplikasi. Serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Indonesia yang mengatur Pay Later.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan bernilai jika dapat menghasilkan pengukuran yang akurat dan tepat sesuai dengan tujuan kuesioner. Pertanyaan dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan jumlah data sebanyak atau $N = 30$, taraf signifikansinya adalah 0,05, dan untuk uji dua sisi, nilai r tabelnya adalah 0,361. Jika nilai r hitung pada setiap item kuesioner $> 0,361$ maka item tersebut dinyatakan valid. Namun jika dihitung nilai $r < 0,361$, item kuesioner dianggap tidak valid.

Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan atau konsistensi jawaban responden terhadap 4.444 pertanyaan melalui pengujian berulang. Pada penelitian ini suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha $> 0,6$. Sebaliknya jika alpha $< 0,6$, entri terkait dinyatakan tidak dapat diandalkan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap pengguna Shopee PayLater terhadap faktor kenyamanan, pendapatan, minat, dan motivasi hedonis terhadap minat pengguna terhadap fitur Paylater di aplikasi Shopper. Di bawah ini adalah kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini.

Faktor Kenyamanan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna terhadap fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa semakin mudah penggunaannya maka akan semakin tercipta minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi Shopee PayLater. Hal ini dikarenakan para pengguna menggunakan Shopee PayLater karena fitur-fitur yang disediakan mudah dipahami dan tidak rumit.

Faktor pendapatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan yang diterima menjadi salah satu faktor para pengguna untuk menggunakan Shopee PayLater. Fitur beli sekarang bayar nanti pada Shopee PayLater dapat membantu pengguna untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh pendapatan yang diterima saat ini.

Faktor suku bunga (X3) tidak berpengaruh terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini mengungkapkan bahwa suku bunga tidak menjadi salah satu faktor para pengguna untuk menggunakan Shopee PayLater. Hal tersebut dikarenakan para pengguna merasa tidak keberatan dengan suku bunga yang dibebankan oleh Shopee PayLater.

Faktor hedonic motivations (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis atau perasaan senang yang timbul pada saat pengguna menggunakan Shopee PayLater menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengguna Shopee Paylater.

Faktor kenyamanan, pendapatan, suku bunga dan motif kenikmatan secara simultan mempengaruhi minat pengguna terhadap fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini membuktikan bahwa pengguna shopee paylater merasa bahwa menggunakan shopee paylater sangat mudah, pengguna juga merasa bahwa shopee paylater dapat memudahkan penggunaannya dalam membantu memenuhi kebutuhan pendapatannya yang diterima saat ini tidak dapat dipenuhi.

Selain itu, suku bunga yang dihitung tidak menimbulkan kesulitan bagi pengguna Shopee PayLater karena diperkirakan memiliki suku bunga yang terjangkau. Kemudian munculnya motivasi perasaan senang atau senang ketika pengguna menggunakan Shopee PayLater memotivasi pengguna untuk terus tertarik menggunakan Shopee PayLater. Selama penelitian ini, peneliti menemui keterbatasan dalam melakukan penelitiannya. Dengan kata lain, hasil data bersifat subjektif karena metode pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner. Sebaiknya peneliti selanjutnya menambah lagi metode wawancara agar hasil penelitian yang diperoleh lebih komprehensif dan bernilai. Selanjutnya, peneliti hanya menguji 4.444 faktor seperti kenyamanan, pendapatan, minat, dan motivasi hedonis terhadap preferensi konsumsi. Oleh karena itu, perlu juga mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi preferensi konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Siti Aisyah, N. A. (4 november 2023). *Analisis Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan*, 1-12.
- Ayu Rahayu, S. a. (Makassar 2023). *Analisis Yuridis Terhadap Penggunaan Pay Later di Aplikasi Shopee*,; 357-371.

- Cahyono, A. &. (2020). Pemahaman Terhadap Adopsi dan Dampak Penggunaan Shopee PayLater di Kalangan Konsumen Milenial. *Pemahaman Terhadap Adopsi dan Dampak Penggunaan Shopee PayLater di Kalangan Konsumen Milenial*, 45-60.
- Panjalu, D. A. (Depok,2022). *Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi*, 1-10.
- Rahayu, L. D. (PUWOKERTO 2022). *PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPUASAN PELANGGAN*, 1-13.
- Susilo, b. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumen: Sebuah Studi Kuantitatif. *Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumen: Sebuah Studi Kuantitatif*, 87-102.
- Widya Rama Dhanty, A. V. (1 Juli 2022). *ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN PAYLATER PADA APLIKASI*, 1-13.
- (Santoso, 2023) "Pengaruh Shopee PayLater terhadap Pola Pengeluaran Konsumen: Studi Kasus di Kota Surabaya." *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Volume 10(1), Halaman 30-45.
- (Susanto, 2020) "Pengaruh Faktor Sosial terhadap Adopsi Shopee PayLater: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas ABC." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Volume 15(4), Halaman 210-225.
- (Permadi, 2019) "Penerimaan dan Penggunaan Shopee PayLater: Analisis Perspektif Pengguna Online di Indonesia." *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Teknologi*, Volume 2(1), Halaman 40-55.