

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Paylater adalah layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen menemukan alternatif pembayaran yaitu metode pembayaran belanja dengan mencicil atau bayar lunas pada jatuh tempo pinjaman dengan menggandeng perusahaan *peer to peer lending* dengan PT Commerce Finance dan Otoritas Jasa Keuangan (Putri, 2023). *Paylater* atau *buy now pay later* (BNPL) adalah bentuk pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang atau jasa dan membayarnya dari waktu ke waktu, biasanya tanpa bunga (Khairunnisa, 2023). *Paylater* merupakan metode pembayaran yang menawarkan angsuran tanpa perlu menggunakan kartu kredit (Amira, 2022). Ada beberapa penyedia layanan *paylater* yang populer di Indonesia yaitu PT Multifinance Anak Bangsa (GoPay later), PT Commerce Finance (Shopee Paylater), (PT Visionet Internasional) OVO Paylater, PT Akulaku Finance Indonesia (Akulaku Paylater), PT Caturusa Sejahtera Finance (Traveloka Paylater), PT Bank Rakyat Indonesia (BRI Ceria) dan PT Indodana Multi Finance (Indodana) (Abdillah, 2024).

Contoh dari fenomena *paylater usage* yaitu perbelanjaan di *online* melalui Klik Indomaret yang merupakan '*one stop online store*' yang menyediakan produk kebutuhan sehari-hari, produk segar (buah & sayur), makanan dan minuman siap saji, produk virtual (*top up* & tagihan), tiket dan travel dengan kemudahan belanja satu jam sampai dan gratis ongkir keseluruh Indonesia dapat dilakukan pembayaran secara *paylater* dari Indodana yang berizin dan diawasi oleh OJK sejak Mei 2020 (Miftahudin, 2023). Contoh yang kedua yaitu belanja di Transmart untuk kebutuhan rumah tangga dapat dibayarkan secara *paylater* dengan menggunakan fitur *Allo Paylater* dari aplikasi Allo Bank yang dinaungi oleh PT Allo Bank Indonesia Tbk yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (CNN Indonesia, 2023). Kemudian contoh yang ketiga adalah kampus ITB bekerja sama dengan Danacita yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk pembayaran *paylater* UKT mahasiswa (Winessa, 2024).

Akhir-akhir ini banyak sekali masyarakat di Indonesia yang suka berbelanja menggunakan sistem *paylater* terutama pada generasi Milenial (Gen Y) sebanyak 52,13% dan

generasi Z (Gen Z) dengan 35% menggunakan *paylater* pada tahun 2023 (Untari, 2024). Hasil survei Populix mencatat bahwa sebanyak 54% masyarakat Indonesia memilih untuk berbelanja di e-commerce, dengan mayoritasnya dilakukan oleh gen Z. Namun, sebanyak 42 persen masyarakat masih berbelanja secara offline, sisanya berbelanja di social commerce (Sukmana, 2023). Sebanyak 82% masyarakat di Indonesia menggunakan *paylater* dengan jumlah cicilannya kurang dari satu juta dan jumlah terbesar yang digunakan juga kurang dari satu juta sebanyak 75% (Populix, 2023). Pada survei yang diadakan oleh Populix dimana responden diperbolehkan untuk memilih lebih dari satu sehingga responden sering menggunakan *paylater* memenuhi kebutuhan dimana pengeluaran pakaian dan internet (48%) menduduki urutan pertama disusul dengan pengeluaran bulanan (35%), elektronik dan aksesoris (21%), barang terbaru (19%), dan yang terakhir digunakan untuk pengeluaran liburan (10%) (Populix, 2023). Selain itu Populix juga melakukan survei mengenai seberapa banyak layanan *paylater* yang digunakan oleh responden yang dimana responden dapat memilih lebih dari dua layanan *paylater* sehingga dari hasil survei SPayLater dari Shopee (77%) menjadi layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh responden disusul dengan GoPayLater dari GoPay (28%), Akulaku Paylater (18%), Kredivo Paylater (14%), Traveloka PayLater (9%), Indodana (4%), Home Credit (3%), dan Atome (2%) yang dimana (Populix, 2023).

Bagi pengguna *paylater* dapat melakukan cicilan dalam pembayaran akan tetapi akan dikenakan bunga sebesar 2,55% - 4,8% (Traveloka, 2024). Selain itu pembayaran tagihannya akan diinfokan 10 hari sebelum jatuh tempo baik melalui aplikasinya ataupun melalui SMS yang dimana pengguna dapat langsung membayar tagihan melalui metode pembayaran yang tersedia seperti pemotongan saldo pada aplikasi (spay atau gopay) atau dapat melakukan pembayaran melalui minimarket dan juga melalui *mobile banking* (Shopee, 2024). Akan tetapi jika pengguna terlambat melakukan pembayaran tagihan akan dikenakan denda sebesar 4%-10% dari jumlah tagihan per bulannya bunga tersebut diberikan sesuai dengan layanan *paylater* yang digunakan, pada Go PayLater pengguna yang telat membayar tagihan akan dikenakan denda per harinya sebesar 0,3% (Hayon, 2023; Traveloka, 2023; Shopee, n.d.; Anggraeni, 2023). Bagi pengguna yang telah melakukan pelanggaran berat dengan tidak membayar tagihan selama berbulan-bulan akan dibatasi penggunaan *paylater* nya dan dapat didatangi oleh *debt collector* (Shopee, n.d.).

Paylater merupakan sebuah alternatif metode pembayaran yang menggunakan sistem cicilan secara online tanpa memerlukan kartu kredit (Sari, 2020). *Usage* adalah aktivitas individu selama waktu menggunakan internet (Rustam, 2017). Sehingga *paylater usage* adalah

kemampuan pengguna untuk menunda pembayaran atas barang atau jasa dengan memanfaatkan internet untuk mengoperasikan fitur *paylater* (Sari, 2020; Rustam, 2017). Dalam penelitian ini *paylater usage* juga dapat dikatakan sebagai *user behavior* karena meneliti mengenai perilaku pengguna terutama pada pengguna *paylater*. Sehingga teori pendukung *paylater usage* adalah *user behavior*. *User Behavior* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu di masa depan (Venkatesh et al, 2008).

Dalam penelitian ini menggunakan *middle theory* yang memayungi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yaitu *Technology Acceptance Model*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang dikembangkan yang fokus membahas perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Marchelina & Pratiwi, 2016). Selama ini model *TAM* rutin digunakan untuk mengantisipasi serapan teknologi informasi (Palumian et al., 2021). Model ini berupaya menjelaskan elemen-elemen utama yang mempengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi dalam mengadopsi teknologi itu sendiri. Ada beberapa pemicu penggunaan *paylater* yaitu *financial literacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* (Mikael & Rahadi, 2022; Prazadhea & Fitriyah, 2023; Sutarni, 2024).

Salah satu variabel yang mempengaruhi *paylater usage* ialah *financial literacy*. *Financial Literacy* adalah pengetahuan tentang konsep dasar ekonomi dan keuangan, serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan itu dan keterampilan keuangan lainnya untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup (Hung et al., 2009). Menurut Sutarni (2024) mengatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *paylater usage*. Jika seseorang memiliki *financial literacy* yang baik maka seseorang akan mampu mengelola keuangan dengan baik, bijak dalam menggunakan keuangan serta distribusi kekayaan yang merata yang membuat seseorang tidak terjerumus dampak negatif *paylater usage* (Sutarni, 2024). Peran *financial literacy* akan membantu siswa dalam manajemen keuangan dalam tahapan penentuan sumber dana, penggunaan dana, manajemen resiko, dan perencanaan masa depan (Waluyo dan Marlina, 2019).

Variabel lain yang juga mempengaruhi *paylater usage* adalah *perceived ease of use*. *Perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari kesulitan atau usaha yang berat (Davis, 1989). Menurut Prazadhea dan Fitriyah (2023) mengatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *paylater usage*. Hal ini dikarenakan semakin mudah teknologi digunakan, semakin banyak orang yang akan menggunakan teknologi tersebut (Prazadhea dan Fitriyah, 2023).

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2008). Menurut Mikael dan Rahadi (2022) mengatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *paylater usage*. Hal ini didukung oleh penelitian dari Prazadhea dan Fitriyah (2023) yang mengatakan bahwa dengan *Perceived usefulness* yang tinggi akan membuat penggunaannya meningkat .

Temuan ini konsisten dengan *Teknologi Acceptance Model (TAM)* dikemukakan oleh Davis (1989) yang mengemukakan bahwa yang dirasakan kemudahan dan manfaat penggunaan suatu teknologi mempengaruhi penerimaan dan penggunaan terhadap tersebut teknologi. Menurut TAM, persepsi pengguna terhadap *Perceived Ease of Use* sebuah teknologi memainkan peran penting dalam menentukan penerimaannya di kalangan pengguna. Selain itu menurut TAM, persepsi pengguna terhadap *Perceived Usefulness* sebuah teknologi juga memainkan peran penting dalam menentukan penerimaannya di kalangan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kebenaran variabel *financial literacy* yang dimana terdapat penelitian dari Prazadhea dan Fitriyah (2023) menyatakan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap *paylater usage*. Sedangkan menurut Sutarni (2024) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh terhadap *paylater usage* sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai gap dalam penelitian. Dari penelitian sebelumnya banyak sekali yang menggunakan *paylater usage* sebagai variabel independen seperti penelitian dari Umam dan Bachtiar (2024) serta Agustin dan Abidin (2022) sehingga dalam penelitian kali ini akan menjadikan *paylater usage* sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini akan melakukan replikasi dari penelitian Prazadhea dan Fitriyah (2023) yang dimana ada perbedaan dalam subjek penelitian yang digunakan yaitu generasi Y dan Z dan objek penelitian yang digunakan yaitu *paylater usage* yang ada di Indonesia. Sehingga penelitian ini akan menguji “Pengaruh *Financial Literacy*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa?

3. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan pengaruh *financial literacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *paylater usage* pada generasi Y dan Z di pulau Jawa. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi berupa sumbangan pemikiran dan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis lainnya yang berkaitan dengan *financial literacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru berkaitan dengan *financial literacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kedepannya dan membantu para pembaca untuk mempertimbangkan dan lebih bijak dalam *paylater usage*.