

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keberadaan teknologi informasi serta komunikasi sudah memberi dampak yang signifikan bagi penggunanya. Teknologi ini termasuk bentuk media baru yang memungkinkan penggunanya dengan mudah mengakses informasi secara digital serta mempergunakannya untuk berbagai keperluan seperti mengirim pesan, membaca informasi yang diperlukan, mempermudah pekerjaan serta berbelanja online yang disebut juga dengan perdagangan elektronik ataupun *e-commerce*. Mengingat Internet termasuk media periklanan komersial yang relatif efisien serta mempunyai wilayah pelanggan yang tidak terbatas (Rahima & Cahyadi, 2022) .

Persaingan dalam dunia pasar saat ini sudah sangat beragam. *Marketplace* sendiri termasuk model *e-commerce* yang berperan sebagai perantara antara penjual serta pembeli dengan menawarkan berbagai jenis produk. Semua aktivitas lain seperti pengelolaan situs web ditangani oleh platform. Situs web seperti Shopee ialah pasar belanja online yang populer di Indonesia. *Marketplace* ialah tempat media sosial berbasis internet (web-based) untuk berbisnis serta bertransaksi antara pembeli serta penjual. Pembeli bisa mencari pemasok sebanyak-banyaknya dengan kriteria yang diinginkan untuk mendapatkan harga kompetitif yang disesuaikan dengan pasar. Di sisi lain, pemasok/penjual akan bisa menemukan perusahaan yang memproduksi

produk/jasa serta sumber produknya dalam skala besar (Sofiani & Nurhidayat, 2019)

Indonesia ialah salah satu negara yang memanfaatkan e-commerce untuk transaksi jual beli online. Di antara berbagai marketplace yang ada di Indonesia, Shopee ialah salah satu contohnya. Shopee termasuk platform marketplace yang awalnya dikelola oleh Garena, yang kini dikenal sebagai SEA Group. Garena mengembangkan Shopee sebagai platform marketplace mobile C2C (Customer to Customer). Shopee mulai beroperasi di Indonesia pada Desember 2015 di bawah PT Shopee International Indonesia. Ketika pertama kali hadir di Indonesia, Shopee menghadapi persaingan ketat dari marketplace lain yang sudah lebih dahulu ada, seperti Tokopedia serta Lazada. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah unduhan aplikasi Shopee meningkat pesat, serta kini *marketplace* ini meraih rating tertinggi. (Sulistiyawati & Widayani, 2020)

Indonesia memang termasuk negara dengan potensi pasar yang sangat besar untuk platform belanja online. Menurut laporan e-economy SEA 2020, diperkirakan pasar e-commerce Indonesia akan mencapai \$53 miliar pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan senilai 29% dari 2020 hingga 2025. Platform belanja online seperti Shopee tetap mempertahankan posisinya yang dominan dalam pasar *e-commerce* pada pertengahan 2023. Sesuai dengan data Mei 2023, Shopee masih menjadi yang terdepan dengan jumlah pengunjung tertinggi, mencapai 161 juta, jauh mengalahkan Tokopedia yang mencatat 106 juta pengunjung serta Lazada dengan 70 juta pengunjung.

Berbagai inisiatif pada produk serta layanan *fintech* muncul untuk menyesuaikan dengan perubahan gaya hidup online masyarakat yang semakin cepat serta praktis. Masyarakat didorong untuk memenuhi kebutuhannya, seperti berbelanja serta bepergian, tanpa harus menunggu sampai uang mencukupi. Contohnya meliputi platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, serta Bukalapak, serta layanan transportasi online seperti Gojek serta Grab, semakin banyak bermunculan berbagai layanan yang menjual barang serta jasa berbasis teknologi. Cara para pembisnis untuk bertahan di pasar online yang semakin kompetitif ialah dengan memfasilitasi aktivitas jual beli para pelanggannya. Salah satu layanan yang disediakan oleh perusahaan teknologi ialah berbagai metode pembayaran. Beli Sekarang Bayar Nanti, ataupun yang sering disebut *PayLater*, menjadi opsi pembayaran yang menarik bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang mempunyai anggaran terbatas. Shopee ialah salah satu platform *marketplace* yang menawarkan fungsi *PayLater* melalui fitur pembayaran bernama Shopee *PayLater*, yang juga dikenal sebagai Metode Pembayaran Alternatif. (Fradani et al., n.d.)

Sesuai dengan riset DailySocial 2020, layanan *PayLater* pada platform *marketplace* Shopee termasuk layanan *PayLater* yang paling banyak dipergunakan masyarakat. Shopee *PayLater* berada di peringkat 1 dengan 54,3% pengguna. Di posisi kedua ada Go *PayLater* dengan selisih 3,8 hingga 50,5% pengguna. Di peringkat ketiga ada OVO *PayLater* dengan user share 28,9%. Fitur *PayLater* ini juga dipergunakan oleh beberapa platform digital seperti Tokopedia (18%), Traveloka (11,3%), serta Pegipegi (5,5%). Toko

online berkembang sangat pesat sesuai dengan layanan Shopee *PayLater* dalam hal pangsa berbagai platform, batas kredit yang ditawarkan, serta jangka waktu kredit yang lebih lama untuk penggunanya sendiri. Salah satu e-commerce yang mengalami pertumbuhan pesat saat ini ialah Shopee. Shopee ialah platform belanja online yang menawarkan berbagai produk. Selain karena pilihan produknya yang sangat beragam serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat, layanan Shopee *PayLater* menjadi opsi *PayLater* yang paling banyak dipergunakan (Purnamasari et al., 2021)

Layanan berbasis daring yang mempermudah masyarakat salah satunya ialah toko online. Di Indonesia, Shopee juga menawarkan layanan pembayaran melalui Shopee *PayLater*. Shopee *PayLater* ialah pinjaman untuk pengguna Shopee yang memenuhi syarat, dengan periode peminjaman mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan. Pembayaran kredit mempergunakan Shopee *PayLater* mempunyai batas kredit. Batas kredit yang diberikan kepada pengguna akan meningkat seiring dengan jumlah transaksi yang dijalankan. Jika perusahaan tidak berhasil menarik minat konsumen terhadap layanan ini, oleh karenanya Shopee *PayLater* tidak akan bisa dipergunakan saat berbelanja. (Fionita & Rahmidani, 2023)

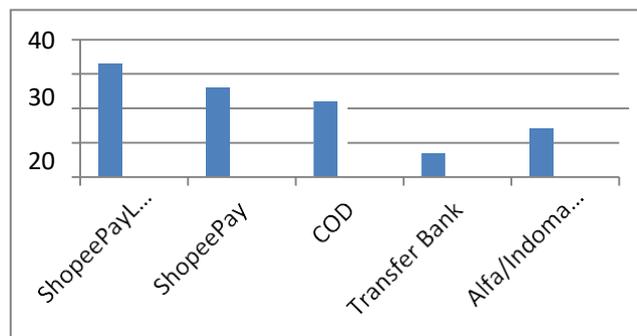
*Tabel 1. 1 Research Gap Penelitian*

No.	Nama, Tahun Penelitian	Hasil Penelitian		
1.	(Fionita & Rahmidani, 2023)	Persamaan		
		Perbedaan		
		Persepsi manfaat	Perbedaan penelitian ini	Memberikan pengaruh

		berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	terletak pada penelitian yang terkait dengan layanan Shopee <i>Paylater</i> terhadap minat beli mahasiswa	Shopee <i>Paylater</i> terhadap keputusan menggunakan layanan Shopee <i>Paylater</i>
2.	(Nurma, 2023)	Pengaruh penggunaan fitur Shopee <i>Paylater</i> menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengguna Shopee <i>Paylater</i> terhadap perilaku	Perbedaan penelitian ini terletak pada penelitian yang terkait dengan layanan Shopee <i>Paylater</i> terhadap minat beli mahasiswa	Penggunaan fitur Shopee <i>Paylater</i> terhadap mahasiswa
3.	(Tsani, 2024)	Layanan Shopee menjadi alternative generasi milenial untuk mengetahui minat beli konsumen, mengenai mengenai fitur Shopee <i>Paylater</i> , <i>Spinjam</i> dan <i>Affiliate</i> menjadi fitur yang digunakan oleh mahasiswa	Perbedaan penelitian ini terletak pada pengaruh layanan dari Shopee yakni fitur <i>Spinjam</i> dan <i>Affiliate</i>	Persamaan penelitian ini terdapat dalam pengaruh layanan Shopee di fitur Shopee <i>Paylater</i> untuk minat beli konsumen atau mahasiswa

Di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo Ungaran, Shopee sudah sangat populer. Mahasiswa sangat memanfaatkan Shopee untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan mudah.

Tidak sedikit dari mereka juga mempergunakan fitur Shopee Paylater dengan slogan “bayar nanti.” Berikut ini ialah data mengenai metode pembayaran yang dipergunakan oleh mahasiswa dalam aplikasi Shopee.



**Gambar 1. 1Data Jumlah Pemilihan Metode Pembayaran**

*Sumber: Data Mahasiswa Pembayaran Di Aplikasi Shopee Pada Tahun 2024*

Menciptakan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting bagi perusahaan *e-commerce* dalam meningkatkan minat pengguna. Beberapa studi telah menyatakan bahwa menurut (Tsani, 2024) kemajuan *e-commerce* dikalangan milenial atau mahasiswa sekarang ini menjadi peluang besar rata-rata pengguna Shopee terutama melalui fitur *Paylater* yang berguna untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak tanpa berpikir akan ekonomi yang kurang terpenuhi. Sesuai dengan beberapa faktor yang memberi pengaruh keputusan penggunaan, peneliti menduga jika keputusan untuk mempergunakan fitur Shopee PayLater diberi pengaruh oleh layanan yang bisa memberi peningkatan minat beli, termasuk di kalangan mahasiswa. Pelayanan dengan berbagai fitur yang dimiliki Shopee untuk metode pembayaran. Sesuai dengan riset yang peneliti lakukan terhadap 86 mahasiswa di Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo melalui kuesioner yang disebar secara online melalui google form didapat

hasil jika 20 sampai 33 mahasiswa mempergunakan *PayLater*. Dibandingkan dengan sisa 33 mahasiswa mempergunakan fitur layanan metode pembayaran lainnya yang dimiliki Shopee seperti Shopee Pay, COD, Transfer bank, bahkan pembayaran melalui Indomart/Alfamart. Keputusan untuk memilih layanan Shopee PayLater didorong oleh bunga rendah, proses cicilan yang sederhana, serta waktu jatuh tempo yang fleksibel. Kemudahan serta keuntungan dari metode pembayaran ini berkontribusi pada popularitas Shopee *PayLater* sebagai layanan *PayLater* terpopuler di Indonesia.

Shopee Paylater merupakan fitur yang ada di platform Shopee yang menjadi bahan oleh peneliti untuk mengetahui Pengaruh Layanan Shopee Paylater Terhadap Minat beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang diuraikan, oleh karenanya rumusan masalah yang menjadi fokus pada studi ini ialah :

1. Bagaimana pengaruh reability terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo ?
2. Bagaimana pengaruh responsiveness terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo ?
3. Bagaimana pengaruh assurance terhadap minatb belimahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo ?

4. Bagaimana pengaruh empathy terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo?
5. Bagaimana pengaruh tangibel terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora ?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dilaksanakannya studi ini ialah seperti berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reability terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh responsiveness terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis assurance terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis empathy terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis tangibel terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Sesuai dengan tujuan studi di atas, oleh karenanya manfaat studi ini ialah seperti berikut :

a. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat menambah pengetahuan yang ada di dalam fitur Shopee yang mencakup layanan, serta metode persyaratan pengguna *PayLater*.

b. Bagi masyarakat pengguna *PayLater*

Studi ini juga diharap menjadi sumber informasi bagi pengguna *PayLater*.

Supaya memperoleh pengetahuan serta informasi akan layanan Shopee *PayLater* pada minat beli untuk masyarakat.