

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Evolusi teknologi digital telah sangat memengaruhi banyak aspek masyarakat, salah satunya adalah sistem pembayaran dan perbankan. Peningkatan teknologi informasi juga telah mendorong perkembangan fintech, yang telah menyederhanakan, mempercepat, dan meningkatkan efisiensi transaksi keuangan. Sistem pembayaran digital, seperti dompet elektronik dan layanan paylater, adalah contoh inovasi fintech. Layanan ini semakin populer di kalangan masyarakat umum, khususnya di kalangan mahasiswa dan generasi muda [12].

Metode pembayaran digital menjadi lebih populer karena pertumbuhan belanja online dalam beberapa tahun terakhir. Anda dapat membeli barang di muka dan membayarnya nanti menggunakan paylater, layanan populer yang memenuhi semua persyaratan [14]. Layanan paylater semakin populer sebagai alternatif pembayaran karena kemudahan dan fleksibilitasnya.

Fungsi SPayLater, yang tersedia di ShopeePay, memungkinkan pelanggan untuk membeli barang sekarang dan membayarnya secara penuh di kemudian hari, memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat akan transaksi yang nyaman. Manajemen keuangan menjadi jauh lebih mudah dengan alat ini, yang sangat membantu bagi mahasiswa yang memiliki kebutuhan pengeluaran tinggi tetapi uang terbatas. Shopee PayLater berpotensi memengaruhi pengelolaan uang dan kebiasaan belanja mahasiswa, menurut banyak penelitian [4].

Mahasiswa berbondong-bondong menggunakan fitur SPayLater karena aksesibilitasnya, kemudahan pendaftaran, dan banyaknya promo yang ditawarkan. Menurut penelitian sebelumnya, ada sejumlah elemen yang memengaruhi keinginan mahasiswa untuk menggunakan fungsi PayLater, termasuk keuntungan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan kondisi ekonomi pengguna [6]. Faktor lain yang dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan PayLater adalah pendapatan mereka dan seberapa besar manfaat yang mereka rasa akan diperoleh dari layanan tersebut [9].

Perspektif dan pemikiran mahasiswa beragam ketika mereka menggunakan fungsi SPayLater. Fitur ini bukanlah sesuatu yang diminati oleh setiap mahasiswa. Beberapa tertarik karena kepraktisan dan kenyamanannya, sementara yang lain waspada karena konsekuensinya, seperti meningkatnya perilaku konsumen dan biaya keterlambatan pembayaran. Jika konsumen tidak berhati-hati saat menggunakan opsi "beli sekarang bayar nanti", hal itu dapat menyebabkan pembelian impulsif [20].

Gaya hidup dan pola konsumsi juga terkait dengan penggunaan PayLater, selain faktor risiko. Penggunaan transaksi digital Traveloka Paylater oleh konsumen dipengaruhi oleh gaya hidup mereka, menurut penelitian sebelumnya [13]. Tingkat kepercayaan individu dan tindakan keuangan masa lalu merupakan faktor tambahan yang memengaruhi kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi keuangan [15].

Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah kerangka kerja populer untuk mempelajari apa yang membuat orang ingin menggunakan teknologi baru. Utilitas yang dirasakan dan kemudahan penggunaan adalah dua faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi, menurut pendekatan Fred Davis [1]. Wawasan tentang kedua area ini dapat memengaruhi perspektif orang dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka tentang suatu teknologi. Minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater dipengaruhi oleh literasi keuangan dan kesadaran teknologi mereka, menurut penelitian sebelumnya [2]. Mahasiswa yang melek finansial juga lebih cenderung menggunakan layanan fintech secara bertanggung jawab dan wajar [3].

Model TAM sering digunakan dalam industri teknologi keuangan untuk menilai penerimaan konsumen terhadap layanan dompet elektronik dan metode pembayaran digital lainnya. Minat mahasiswa dalam menggunakan layanan dompet elektronik dipengaruhi oleh persepsi keuntungan dan kemudahan penggunaan, menurut sejumlah penelitian sebelumnya [8]. Selain itu, model TAM sering digunakan bersamaan dengan model lain, seperti UTAUT, untuk memeriksa seberapa intensif mahasiswa menggunakan teknologi keuangan [7]. Untuk lebih memahami perilaku pengguna saat menggunakan layanan paylater, sejumlah penelitian telah memperluas model TAM dengan memasukkan berbagai faktor tambahan. Pengembangan model TAM dapat memberikan pandangan yang lebih lengkap tentang elemen-elemen yang memengaruhi minat dalam menggunakan layanan tersebut, menurut penelitian tentang penggunaan Shopee PayLater [11]. Selain itu, faktor-faktor seperti risiko dan kepercayaan dapat ditambahkan ke model TAM untuk menggambarkan perilaku pengguna terkait layanan paylater [18].

Selain itu, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa faktor-faktor model TAM memengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan layanan paylater di berbagai platform digital [16]. Pilihan pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran dipengaruhi oleh persepsi keuntungan dan kemudahan penggunaan, menurut penelitian Traveloka Paylater [17].

Lebih lanjut, studi tentang adopsi teknologi oleh generasi muda mengungkapkan bahwa elemen seperti kenyamanan, efikasi diri, dan kepercayaan dapat memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan layanan perbankan seluler dan teknologi keuangan lainnya [19]. Kondisi ini menunjukkan bahwa berbagai elemen, mulai dari karakteristik teknis hingga perilaku pengguna, memengaruhi adopsi teknologi oleh generasi muda. Dengan demikian, metode Technology Acceptance Model (TAM) harus digunakan untuk menyelidiki elemen-elemen yang memengaruhi minat mahasiswa dalam memanfaatkan fungsi SPayLater. Penyedia layanan Fintech dapat mempertimbangkan penelitian ini ketika menciptakan fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pengguna, khususnya mahasiswa, karena diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku mahasiswa dalam menerima dan memanfaatkan layanan pembayaran digital [5][10].

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor apa yang paling dominan memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan fitur SPayLater?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa?
4. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa?
5. Bagaimana pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya membahas minat mahasiswa dalam menggunakan fitur SPayLater.
2. Responden penelitian dibatasi pada mahasiswa yang pernah menggunakan SPayLater.
3. Model penelitian yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) tanpa modifikasi variabel.
4. Variabel yang diteliti meliputi:
 - *Perceived Ease of Use*
 - *Perceived Usefulness*
 - *Attitude Toward Using*
 - *Behavioral Intention to Use*

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan fitur SPayLater oleh mahasiswa.
5. Untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan fitur SPayLater.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa

Untuk membantu siswa menjadi lebih berpengetahuan tentang penggunaan layanan fintech dengan memberikan kesadaran tentang elemen-elemen yang memengaruhi minat dalam menggunakan SPayLater.

2. Bagi Penyedia Layanan (SPayLater)

dapat digunakan sebagai bahan penilaian untuk meningkatkan kegunaan, kemudahan penggunaan, dan pengalaman pengguna SPayLater.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

akan menjadi panduan untuk studi lebih lanjut tentang adopsi teknologi keuangan.