

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi mempengaruhi pemasaran karena menciptakan beberapa hal seperti percepatan perubahan aspek kehidupan, peluang tidak terbatas, percepatan lahirnya inovasi dan kemudahan berhubungan dengan konsumen.² Pemasaran merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan sebagai *“meeting needs profitably”* yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan. Saat ini banyak orang yang memiliki kesibukan sehingga tidak mempunyai banyak waktu untuk melakukan pemilihan dan pembelian barang dengan cara mendatangi satu persatu toko.³ Dengan adanya pertumbuhan teknologi informasi memberikan pengaruh untuk perusahaan perdagangan untuk menciptakan berbagai inovasi baru seperti e-commerce guna memberikan layanan yang efektif untuk menarik konsumen. Layanan yang diberikan perusahaan salah satunya dibidang finansial yang beberapa waktu akhir ini mulai populer. Adanya teknologi finansial ini mendukung dan memudahkan konsumen dalam pembayaran online.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui survei Internet Indonesia pada tahun 2021/2022 jumlah internet di Indonesia setiap tahun akan semakin meningkat. Perkembangan teknologi informasi dan pertumbuhan pengguna internet yang sangat cepat banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis untuk menciptakan berbagai bentuk media baru atau inovasi baru yang membuat penggunaanya mudah mengakses informasi secara digital seperti perdagangan elektronik atau e-commerce.⁴ *Electronic commerce* merupakan suatu perdagangan elektronik yang

² Rahmawati, “Manajemen Pemasaran”, (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016),Hlm.106.

³ Ibid., hlm.3.

⁴ APJII, “Profil Internet Indonesia 2022”, Released in June 2022. Hlm.1.

memberikan layanan penjualan, pembelian, pemasaran produk melalui jaringan internet. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-commerce ini sebagai aplikasi dan penerapan *e-business* yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti transfer dana secara elektronik, SCM (*Supply, chain management*), atau pemasaran online, dll. Salah satu jenis *e-commerce* yang saat ini berkembang pesat di Indonesia adalah *marketplace*. Di *marketplace*, penjual dapat membuat akun untuk melakukan penjualan barang atau jasa tanpa bertemu secara fisik.

Shopee adalah aplikasi berkonsep *online shopping* yang merupakan perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia yang berada dibawah naungan SEA Group, SEA Group merupakan salah satu grup perusahaan terbesar di Asia Tenggara. Aplikasi ini didirikan di Singapura pada tahun 2015, Shopee memperluas jangkauan pasarnya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee Juga sudah mulai aktif di negara Brazil yang menjadikannya Shopee pertama di luar Asia. Shopee merupakan *marketplace* yang menerapkan tipe C2C (*Customer to customer*), yang dalam model bisnis ini banyak bergantung pada pihak ketiga seperti penerima dan distributor. Perkembangan dibidang teknologi membawa inovasi industry keuangan dalam aspek era digital yang dimanfaatkan oleh perusahaan e-commerce ini. Aplikasi shopee memudahkan pembayaran online dengan beberapa pilihan metode transaksi. Layanan pembayaran diaplikasi ini juga menawarkan fungsi pinjaman bernama *Shopee Paylater*, fitur ini diluncurkan pada awal tahun 2019, keunggulan *shopee paylater* adalah limit pinjaman yang ditawarkan cukup besar dan syarat yang ditawarkan cukup praktis. Shopee juga dilengkapi fitur live chat dan hashtag untuk membantu konsumen menemukan produk yang mereka butuhkan dengan lebih mudah. Aplikasi ini dapat diunduh dari *App Store* dan *Google Play Store*

Shopee Paylater adalah metode konsep beli sekarang, bayar nanti yang disediakan oleh platform Shopee dengan menggandeng PT Lentera Dana Nusantara⁵, Paylater yaitu pembayaran yang sekilas mirip dengan kartu kredit. *Shopee Paylater* merupakan jasa peminjaman yang berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh shopee di aplikasi shopee. Kehadiran *Shopee Paylater* ini bukan hanya dirasakan oleh penjual di Shopee saja, namun juga dapat dirasakan oleh pembeli di Shopee.⁶ Untuk melakukan pembayaran *Shopee Paylater*, pengguna shopee akan melakukan syarat-syarat tertentu seperti memberikan informasi individu, foto diri dan foto KTP. Komponen ini sudah terjamin keamanannya sejak terdaftar dan diarahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).⁷ *Shopee Paylater* memberikan kredit mulai dari RP. 450.000,- HINGGA 20.000.000,-. Hasil penelitian Diditya dan R.elly memperkuat penelitian ini mengenai penggunaan *Shopee Paylater*. Dimana ia mengatakan bahwa *Shopee Paylater* menjadi layanan yang paling banyak digunakan⁸

Kemudahan transaksi adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online, *Perceived easy of use* merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relative mudah untuk dipahami dan digunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan teknologi informasi yang mudah untuk dipahami dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Dimana semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat maka minat untuk menggunakan juga akan semakin besar.⁹

⁵ Diditya dan R. Elly “Analisis Pengaruh Minat Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee” (Depok: Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia)”

⁵OtoritasJasaKeuangan,“Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor:77/pojk.01/2016TENTANG LAYANAN PINJAM MEMINJAM UANG BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI,” *Otoritas Jasa Keuangan*,2016., Hlm.1-29.

⁷ Benhart Farras, “Gojek Hingga Traveloka, Ini Platform Yang Sediakan Paylater,” n.d., <http://www.cnbcindonesia.com/tech/20190510180848-37-71799/gojekhinggatraveloka-ini-platform-yang-sediakan-pay-later>. (Diakses tanggal 21 Oktober 2022, Pukul 19.00).

⁸ Diditya dan R. Elly “Analisis Pengaruh Minat Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee” (Depok: Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia)”

⁹ Inggardiani A.C, Marheni Eka Saputri “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater” (Bandung: TelkomUniversit,2021).

Minat beli konsumen merupakan suatu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk akibat terpengaruh suatu hal. Ada faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, diantaranya harga, kemudahan dalam bertransaksi dan kepercayaan. Indikator minat beli konsumen dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk, Minat refensial yaitu kecenderungan seseorang merefrensikan produk kepada orang lain, minat prefensial yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut, minat eksploratif yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.¹⁰

Cicilan pembayaran berupa shopee paylater akan membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di aplikasi shopee. Hal tersebut membuat pengguna merasa mudah untuk memperoleh barang yang diinginkan karena adanya keringanan baik dari segi harga, bunga dan cara mendapatkan barang. Latar belakang menggunakan Shopee Paylater sebagai opsi mahasiswa untuk melakukan pembayaran karena desakan finansial yang dialami para mahasiswa yang mengalami krisis diakhir bulan dengan adanya *Shopee Paylater* bisa dikatakan sebagai “penyelamat” karena fitur ini bisa menjadi pilihan mahasiswa yang tidak memiliki cukup uang pada akhir bulan untuk memenuhi kebutuhannya.¹¹ Penggunaan Fitur ShopeePaylater ini sebagai pilihan untuk melakukan pembayaran di Shopee yang berpotensi untuk mendorong peningkatan minat beli. Banyak kemudahan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi shopee, baik dari pembeli maupun penjual menjadikan aplikasi shopee populer untuk saat ini. Keuntungan bagi konsumen salah satunya adalah memberikan kenyamanan. Para pelanggan tidak dirugikan biaya operasional, tidak perlu berjalan dari toko ke toko, konsumen bebas

¹⁰Faradiba, dkk, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang)*, Diponegoro Journal Of Management. Vol.2 No.5.2013, Hlm: 2

¹¹ Nadya Anastasya . *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU*, (Medan: Skripsi,2020) Hlm.9

untuk memilih merk secara efisien, untuk membandingkan harga dan memesan barang sesuai waktu dan tempat yang diinginkan. Kepraktisan dan kemudahan dalam belanja online yang mendorong konsumen untuk memilih belanja secara online.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa dari penggunaan *Shopee Paylater* dan kemudahan transaksi dengan adanya teknologi finansial dalam aplikasi tersebut dapat meningkatkan minat beli dikalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan peningkatan minat beli konsumen sebagai variabel dependen, penggunaan *Shopee PayLater* dan kemudahan transaksi sebagai variabel independen maka yang sesuai dengan penelitian tersebut mengenai manajemen pemasaran

Penelitian yang berkaitan dengan peningkatan minat beli konsumen berdasarkan beberapa faktor yang datang dari individu dilakukan oleh Ahmad Hatif Haidi diketahui bahwa penggunaan fitur *Shopee Paylater* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada marketplace *shopee*¹² dan mengenai kemudahan transaksi yang dilakukan oleh Niken Ayu dan Sri Setyo, diketahui bahwa kemudahan transaksi terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara online .¹³

Mayoritas pengguna *shopee* adalah kaum milenial dimana kaum milenial merupakan pengguna aktif media sosial untuk mengisi waktu luang sehingga mereka sangat mempertimbangkan bukti nyata dari orang sekitar saat melakukan pembelian,¹⁴. Maka peneliti memutuskan untuk menggunakan populasi mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Peneliti sering menjumpai beberapa mahasiswa manajemen bisnis syariah yang meminati

¹² Ahamad Hatif Haidi, *Pengaruh Diskon Dan Paylater Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee Di Masa Pandemi Covid 19* ,(Tangerang Selatan: Skripsi2022), Hlm.55.

¹³ Niken Ayu.L dan Sri Setyo, *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.6, No.1 (2018), Hlm.1-7.

¹⁴ Talitha Devina.A, *Pengaruh Trust, Customer Satisfaction dan User Flow Experience Terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Gen Y (Milenial) Pengguna Aplikasi Shopee di Jawa Timur)*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Hlm.1-18.

belanja online dan angkatan 2018 termasuk mahasiswa akhir yang sudah tidak aktif melakukan pembelajaran di kampus oleh karena itu banyak mahasiswa yang memilih kerja paruh waktu untuk mengisi waktu luang dan bisa membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan pertimbangan tersebut peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana para mahasiswa memilih metode pembayaran di aplikasi shopee yang bisa mempengaruhi minat mahasiswa untuk melakukan pembelian di aplikasi shopee.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti mengambil judul “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Angkatan 2018 Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah”. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk melengkapi dan menambah referensi untuk penelitian dimasa akan datang.

B. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan uraian peneliti diatas, maka identifikasi permasalahan berfokus pada pengaruh penggunaan *shopee PayLater* dan kemudahan transaksi terhadap peningkatan minat beli konsumen di aplikasi shopee pada mahasiswa angkatan 2018 manajemen bisnis syariah Universitas Sayyid Ali Rahmatullah. transaksi yang dilakukan menggunakan marketplace shopee.

1. Dalam segi penggunaan *Shopee Paylater*, dengan adanya *shopee Paylater* akan memberikan pinjaman akan meringankan konsumen untuk berbelanja dengan cara dicicil sehingga konsumen minat untuk melakukan pembelian.
2. Dalam segi kemudahan transaksi, dengan adanya kemudahan transaksi secara teknologi, konsumen tidak perlu untuk repot melakukan Tarik tunai melalui bank sehingga menambah minat untuk melakukan pembelian
3. Dalam penelitian ini peningkatan minat beli adalah keinginan untuk membeli suatu barang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Apakah penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Aplikasi Shopee?
- b. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Aplikasi Shopee?
- c. Apakah penggunaan *Shopee Paylater* dan kemudahan transaksi secara Bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di aplikasi?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang ada pada rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk membuktikan pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* terhadap minat beli konsumen di Aplikasi Shopee.
- b. Untuk membuktikan pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat beli konsumen di Aplikasi Shopee.
- c. Untuk membuktikan pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* dan kemudahan transaksi secara terhadap minat beli konsumen di aplikasi?

E. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap dapat memberikan manfaat dalam teori ilmiah pada lingkup manajemen bisnis syariah terkait dengan penggunaan *Shopee Paylater* dan kemudahan transaksi terhadap minat beli.

- b. Secara Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam memperdalam dan menambah wawasan pengetahuan civitas akademika baik pengajar maupun mahasiswa dalam lingkup kajian manajemen bisnis syariah mengenai topik tersebut.

c. Secara Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan bagi pembaca, penelitian maupun praktisi bisnis mengenai pengaruh penggunaan fitur Shopee Paylater dan kemudahan transaksi terhadap minat beli konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat lebih fokus dan terarah maka peneliti perlu membuat ruang lingkup dan pembatasan masalah. Adapun penjelasan ruang lingkup dan pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Ruang lingkup

Dalam penelitian ini berfokus hanya pada pengaruh penggunaan fitur *Shopee PayLater* dan kemudahan transaksi terhadap minat beli konsumen di aplikasi Shopee pada mahasiswa Angkatan 2018 Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah. Pengaruh peningkatan minat beli konsumen merupakan tolak ukur suatu bisnis untuk menciptakan sebuah strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi saat ini. Pada penelitian ini berfokus pada variabel X (*independent*) terhadap variabel Y (*dependent*). Variabel X yang dimaksud disini penggunaan *shopee paylater* dan kemudahan transaksi, sedangkan variabel Y adalah minat beli konsumen.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk mempermudah penelitian yang akan dibahas dalam pengumpulan data serta keterbatasan dalam berpikir. Pembatasan penelitian ini dilakukan untuk menghindari kerancuan dan semakin melebarnya dari topik yang diteliti. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu penggunaan *shopee Paylater* dan Kemudahan transaksi sebagai variabel bebas, dan minat beli konsumen sebagai variabel

terikat. Jumlah populasi yang akan diambil sampelnya sekitar 96 mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah dan pernah belanja online di aplikasi shopee menggunakan *shopee Paylater* dan melakukan transaksi secara online. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada mahasiswa pelanggan aplikasi shopee. Penyebaran kuisioner dilakukan secara *online* melalui beberapa grub *whatsapp* dan chat pribadi peneliti. Tahap selanjutnya data akan diolah dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian. Sehingga peneliti dapat mengukur bagaimana pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* dan kemudahan transaksi terhadap minat beli konsumen di Aplikasi Shopee pada kalangan mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah ini.

3. Sistematika Skripsi

Untuk memudahkan penulis dalam pembuatan karya ilmiah skripsi diperlukan Teknik penyusunan skripsi yang baik dan benar. Maka dari itu penulis menggunakan pedoman penulisan skripsi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahamatullah Tulungagung sebagai acuan dalam penyusunan karya ilmiah ini. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, dan abstrak.

2. Bagian Utama

Pada bagian ini terdiri dari:

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup dan keterbatasan Penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Sistematika penelitian

BAB II Landasan Teori

Berisi tentang teori yang dibahas mengenai penelitian, hasil penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, Sampel dan sampling, sumber data, variabel dan skala pengukuran, Teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, serta Teknik Analisa data.

BAB IV Hasil Penelitian

Berisi tentang deskripsi data mengenai objek penelitian yang diperoleh dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan

Bagian ini berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian.

BAB IV Penutup

Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran penulis.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar Riwayat hidup.