

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan transaksi perdagangan. Pemanfaatan internet yang semakin luas mendorong munculnya berbagai inovasi digital yang memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk perkembangan tersebut ditandai dengan meningkatnya penggunaan perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh barang maupun jasa secara cepat dan efisien. Aktivitas tersebut mencakup interaksi antara penjual dan pembeli yang berlangsung sepenuhnya secara daring mulai dari pencarian informasi, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman produk. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat kini cukup membuka aplikasi di ponsel, memilih produk, menekan tombol bayar, dan barang pun diantar langsung ke rumah. Kemudahan inilah yang membuat *e-commerce* menjadi bagian tak terpisahkan dari konsumsi masyarakat modern (Laudon & Traver, 2021 (dalam Saryono et al 2025)). Kondisi ini menyebabkan perubahan perilaku konsumen dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia berlangsung sangat pesat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan penggunaan telepon

pintar. Persaingan antar *platform marketplace* juga semakin ketat sehingga setiap perusahaan berlomba menghadirkan berbagai inovasi guna menarik minat konsumen. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan pembayaran digital berbasis *Buy Now Pay Later (BNPL)* atau pembayaran tunda, yang memungkinkan konsumen memperoleh barang terlebih dahulu kemudian melakukan pembayaran secara bertahap sesuai jangka waktu yang dipilih. BNPL atau yang dikenal sebagai *paylater* diatur secara khusus oleh Otoritas Jasa Keuangan melalui Peraturan Nomor 32 Tahun 2025. (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Salah satu *platform e-commerce* yang menyediakan layanan tersebut adalah *Shopee* melalui fitur *Shopee PayLater*, yaitu layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna membeli produk terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditentukan. Kehadiran *Shopee PayLater* memberikan alternatif pembayaran yang lebih fleksibel bagi konsumen, terutama bagi mereka yang belum memiliki kartu kredit. Kemudahan tersebut diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen karena hambatan dalam melakukan pembayaran menjadi lebih kecil (Kotler & Keller, 2016).

Kehadiran *Shopee PayLater* memberikan alternatif pembayaran yang semakin diminati oleh masyarakat karena dianggap mampu membantu memenuhi kebutuhan ketika dana yang dimiliki belum mencukupi pada saat pembelian. Selain proses pengajuan yang relatif mudah, layanan ini juga terintegrasi langsung dalam aplikasi *Shopee* sehingga pengguna dapat

melakukan transaksi tanpa harus mengajukan pinjaman secara konvensional. Kemudahan tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Tidak hanya masyarakat perkotaan, penggunaan *Shopee PayLater* juga mulai berkembang di wilayah pedesaan. Meningkatnya akses internet, tersedianya jaringan telekomunikasi yang semakin baik, serta tingginya kepemilikan telepon pintar telah membuka peluang bagi masyarakat desa untuk memanfaatkan layanan *e-commerce*. Berbagai produk yang sebelumnya sulit diperoleh di wilayah pedesaan kini dapat dibeli secara daring dengan mudah melalui *Shopee*. Selain itu, adanya promo gratis ongkos kirim, diskon, serta kemudahan pembayaran melalui *Shopee PayLater* menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat desa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian adalah minat beli. Minat beli merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa dimana semakin kuat minat beli maka semakin besar keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut (Wardhana, 2024). Minat beli mencerminkan keinginan konsumen untuk memperoleh, menggunakan, serta melakukan transaksi terhadap produk yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya.

Selain minat beli, faktor kemudahan penggunaan juga memiliki peranan dalam mendorong keputusan pembelian. Menurut Wicaksono (2022) melalui Bukunya Teori Dasar *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) merupakan

tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan. Menurut Davis (dalam Pramardini et al, 2024) menyatakan kemudahan adalah sejauh mana seseorang berfikir bahwa penggunaan sistem tidak sulit untuk dipahami dan dapat digunakan tanpa banyak usaha dari pengguna, sehingga kemudahan dapat diartikan sebagai sistem tidak dibuat untuk kemudahan pengguna. Kemudahan penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut sehingga mendorong munculnya perilaku penggunaan yang lebih tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2020) menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online *Shopee Paylater*. Kemudahan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan layanan tersebut mampu meningkatkan keputusan pembelian pengguna. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, maka kecenderungan konsumen untuk memanfaatkan layanan tersebut juga semakin meningkat.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses keputusan pembelian yang melibatkan konsumen yang memutuskan untuk membeli produk secara langsung. Umumnya, keputusan pembelian konsumen didasarkan pada preferensi terhadap merek tertentu. (Kotler, Keller, Chernev, 2022). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar diri konsumen. Faktor-faktor tersebut memiliki peran penting dalam

mendorong seseorang untuk memutuskan menggunakan suatu produk atau layanan tertentu.

Di sisi lain, layanan pembayaran tunda seperti *Shopee PayLater* juga memberikan dampak terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Selain menawarkan solusi terhadap keterbatasan metode pembayaran dengan menyediakan opsi cicilan fleksibel, layanan ini tetap menimbulkan kekhawatiran mengenai risiko finansial. Namun Perubahan ini menggambarkan sistem lama diganti dengan sistem baru, yang tentunya dapat lebih relevan dan berdaya saing tinggi terhadap konsumen, sehingga hal ini dapat mendukung terjadinya transaksi pembelian produk. (Siregar et al. 2025)

Fenomena penggunaan *ShopeePaylater* juga ditemukan pada masyarakat RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi dimana masyarakat desa tersebut pada umumnya memiliki karakteristik ekonomi yang berbeda. Sebagian masyarakat memperoleh pendapatan secara harian, mingguan, atau musiman, terutama yang bekerja sebagai petani, pedagang, maupun pelaku usaha mikro. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat Cupo sering kali menghadapi keterbatasan dana pada waktu tertentu. Dalam situasi demikian, *Shopee PayLater* dianggap mampu memberikan fleksibilitas pembayaran sehingga konsumen tetap dapat membeli barang yang dibutuhkan tanpa harus menunggu hingga memiliki dana yang cukup.

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti dengan Ketua RT 02/RW 02, diketahui bahwa jumlah warga yang memiliki

KTP sebanyak 109 orang. Dari jumlah tersebut, sekitar 80% masyarakat telah menggunakan aplikasi Shopee untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui transaksi daring. Selain itu, terdapat 37 warga yang diketahui menggunakan fitur *Shopee Paylater* sebagai metode pembayaran dalam berbelanja. Data tersebut menunjukkan bahwa *Shopee Paylater* telah dikenal dan dimanfaatkan oleh masyarakat setempat sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menggunakan layanan tersebut. Namun demikian, tidak semua warga Cupo yang memiliki akses terhadap fitur tersebut memutuskan untuk menggunakannya. Sebagian masyarakat masih mempertimbangkan kemampuan membayar cicilan, tingkat bunga, maupun risiko keterlambatan pembayaran. Perbedaan perilaku tersebut menunjukkan adanya variasi minat beli dan persepsi kemudahan penggunaan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *ShopeePaylater*. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Lesilolo (2024) menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *Shopee Paylater*. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat inkonsistensi temuan empiris sehingga penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* masih relevan untuk dilakukan.

Selain adanya perbedaan hasil penelitian, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian mahasiswa dan masyarakat perkotaan. Penelitian yang dilakukan pada masyarakat tingkat RT/RW, khususnya warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo, Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi, masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk mengkaji pengaruh minat beli dan kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* pada masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirasa perlu dilakukan dengan judul : **Pengaruh Minat Beli dan Kemudahan Penggunaan Fitur terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* (Studi Kasus Warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi).**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Minat beli adalah kecenderungan, dorongan internal, serta keinginan kuat warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo untuk melakukan transaksi barang atau jasa menggunakan fitur *Shopee PayLater*.
2. Kemudahan penggunaan fitur adalah tingkat keyakinan dan persepsi warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo bahwa penggunaan fitur *Shopee PayLater* pada aplikasi *Shopee* bersifat praktis, fleksibel, mudah dipahami, dan dapat dioperasikan tanpa membutuhkan usaha (*effort*) yang membingungkan.

3. Keputusan pembelian adalah tahap tindakan nyata dan penetapan pilihan akhir warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo untuk menyelesaikan transaksi pembayaran barang kebutuhan secara *daring* di *platform Shopee* dengan memilih *Shopee PayLater* sebagai metode pembiayaannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah disebutkan, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* pada warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi?
2. Apakah kemudahan penggunaan fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *ShopeePaylater* pada warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi?
3. Apakah minat beli dan kemudahan penggunaan fitur berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* pada warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh minat beli serta kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* pada warga RT 02/RW 02 Dusun Cupo Desa Grudo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui minat beli terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater*.
2. Untuk mengetahui kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater*.
3. Untuk mengetahui minat beli dan kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater*

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan minat beli, kemudahan penggunaan fitur, dan keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*.

2. Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis, penelitian ini juga memiliki kegunaan praktis bagi peneliti, masyarakat, pemerintah dan bagi peneliti selanjutnya. Adapun manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam menerapkan ilmu ekonomi yang telah didapat khususnya berkaitan dengan minat beli masyarakat, kemudahan penggunaan fitur keuangan, dan keputusan pembelian menggunakan sistem bayar nanti / *Paylater*.

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta pemahaman mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan sistem *paylater* sehingga masyarakat dapat memanfaatkan layanan tersebut dengan bijak.

c. Bagi Universitas PGRI Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Universitas PGRI Madiun sebagai bahan referensi dan sumber informasi ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan teknologi keuangan (*financial technology*).

d. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi tambahan referensi bagi dosen dan mahasiswa dalam mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), khususnya *Shopee PayLater*, serta mendukung pengembangan budaya riset di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi khususnya terkait dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan sistem pembayaran digital.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel digunakan untuk memberikan batasan terhadap variabel yang diteliti sehingga memudahkan dalam proses pengukuran dan penyusunan instrumen penelitian. Selain itu, definisi operasional juga diperlukan agar setiap variabel memiliki indikator yang jelas dan dapat diukur secara empiris melalui butir-butir pernyataan dalam kuesioner.

1. Minat Beli

Minat beli adalah kecenderungan atau keinginan responden untuk melakukan pembelian menggunakan fasilitas *Shopee PayLater* setelah memperoleh informasi dan mempertimbangkan manfaatnya.

2. Kemudahan Penggunaan Fitur

Kemudahan penggunaan fitur adalah persepsi responden bahwa fitur *Shopee PayLater* mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan dalam proses transaksi pembelian.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan responden untuk melakukan pembelian barang atau jasa dengan memanfaatkan fasilitas *Shopee PayLater* setelah melalui proses pertimbangan.