

**PENGARUH IKLAN DIGITAL DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT
PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI KALANGAN MAHASISWA
(STUDI KASUS MAHASISWA SUKABUMI)**

Stepani Berliana

Institut Manajemen Wiyata Indonesia

Correspondence		
Email: stepaniberliana@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 21 Juli 2024	Accepted 24 Juli 2024	Published 31 Juli 2024

ABSTRACT

This research aims to analyze how students use the Shopee Paylater feature and also to find out how many students use Shopee Paylater. With 15 (50.0%) male students and 15 (50.0%) female students. Researchers used descriptive qualitative research subjects were Sukabumi students by collecting questionnaire data. Data analysis was carried out with scores and using SPSS. The research results show that the student user interest variable is very significant in the sense that students use this feature. and the security variable results are also highly approved because it is not easy to hack. So the results of using Shopee Paylater are very important among students during the urgent financial crisis, so that students can use the Shopee Paylater application and features.

Kata kunci: *perceived convenience, perceived security, interest in using Shopee Paylater online loans..*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa cara menggunakan fitur shopee paylater dan juga untuk mengetahui seberapa banyak dikalangan mahasiswa yang menggunakan shopee paylater. Dengan jumlah mahasiswa laki laki 15 (50,0%), dan perempuan 15 (50,0%). Peneliti menggunakan kualitatif deskriptif subjek penelitian adalah mahasiswa Sukabumi dengan pengumpulan data kuesioner. Analisis data dilakukan dengan skor dan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan dari variabel minat pengguna mahasiswa sangat signifikan dalam arti mahasiswa menggunakan fitur tersebut. dan hasil variabel keamanan juga sangat disetujui karena tidak mudah untuk di hacker. Maka hasil dari penggunaan shopee paylater sangat penting dikalangan mahasiswa disaat mendesaknya krisis keuangan, sehingga mahasiswa bisa menggunakan aplikasi dan fitur shopee paylater.

Kata kunci: *persepsi kemudahan, persepsi keamanan, minat penggunaan pinjaman online shopee paylater.*

PENDAHULUAN

Seperti saat ini, dampak iklan digital terhadap kehidupan masyarakat tidak lepas dari teknologi. Teknologi akan terus berkembang pesat salah satunya di bidang keuangan yaitu hadirnya financial technology atau selanjutnya akan di sebut fintech. Ratnawati Marginingsih (2021) Kehadiran Fintech akan menciptakan proses transaksi keuangan yang lebih modern dan nyaman. Salah satu bentuk perkembangan mekanisme dalam admikrostrasi keuangan yang dapat memberikan rencana tindakan, aplikasi siklus atau hal hal yang berdampak material pengaturan admikrostrasi keuangan. Berbagai inovasi dilakukan oleh berbagai perusahaan fintech dan e-commerce termasuk pengembangan alternatif metode pembayaran online berbasis kredit. Secara khusus, platform pembayaran yang sekilas menyerupai kartu kredit kini menjadi metode pembayaran yang menarik bagi pengguna di Internet terbatasnya anggaran (Bayu dan Sarah, 2020) RISED (2020) melaporkan bahwa penggunaan metode “beli sekarang, bayar nanti” meningkat selama pandemi COVID-19.

(Fajrussalam et al., 2022) paylater adalah sebuah metode pinjaman secara online, yang dilakukan tanpa adanya kartu kredit dan konsumen dapat membayarnya dengan mencicil sampai waktu pembayaran yang telah ditetapkan. Layanan e-commerce dan dompet elektronik untuk mendiversifikasi produknya di bidang pembiayaan kredit. Kemudahan proses penggunaan paylater dapat mendorong konsumen untuk membeli produk di tempat saat itu juga dan tidak dibutuhkan (Mitchell & Qadar, 2019; Sari, 2021). Dan menambahkan bahwa

faktor kesenangan dan juga dapat mendorong individu untuk melakukan BNPL (Buy Now Pay Later) dan dapat mengarah pada pembelian impulsif Nan et al (2020).

Shopee adalah salah satu platform pembayaran berikut yang mengalami peningkatan 4.444 transaksi selama pandemi. Sebuah studi yang dilakukan oleh DSResearch pada tahun 2021 menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran Shopee Paylater meningkat di berbagai situs belanja online. Berdasarkan hasil penelitian, dari tahun 2019 hingga 2021, Shopee mencatat peningkatan pangsa pengguna Shopee PayLater sebesar 34,8% (n = 347), yang mencapai 78,4% (n = 509) pada tahun 2019 menggunakan Bayar Nanti. Kenyamanan kerap menjadi daya tarik pengguna, seperti kemudahan proses registrasi dan proses transaksi yang tidak memakan banyak waktu.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui kemudahan, minat, dan keamanan cara menggunakan fitur aplikasi Shopee dengan fitur Shopee PayLater khususnya pada mahasiswa sukabumi yang menggunakan fitur tersebut. Dalam hal penelitian ini karena observasi mahasiswa Sukabumi banyak menggunakan fitur Shopee PayLater. Sehingga jika berbelanja dengan fitur ini mahasiswa tidak memerlukan pembayaran secara langsung. Seperti yang diungkapkan Davis (2019, 701), kenyamanan adalah sejauh mana suatu sistem terasa tidak rumit untuk digunakan dan memerlukan sedikit usaha dari pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.

LANDASAN TEORI

Shopee Paylater merupakan fasilitas pinjaman online oleh yang bekerja sama dengan PT Lantara Nusantara untuk menyediakan layanan pinjaman berbasis teknologi. Ini diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jadi tentunya aman. Oleh karena itu, fitur ini cocok untuk masyarakat dan terutama terhadap pelajar, mahasiswa yang mengalami krisis keuangan di akhir bulan dan dapat memuaskan keinginannya yang belum terpenuhi. Nadya (2020) Fitur paylater menalangi biaya transaksi pengguna terlebih dahulu, dan pelunasannya bisa dicicil dikemudian hari dengan suku bunga yang sangat rendah.

Penelitian dalam jurnal Accounting Information System, Taxes, and Auditing 2022 Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriyanto et al. (2019), Chairia et al. (2020) dan Andini & Hariyanti, (2021) membuktikan bahwa ekspektasi kinerja (performance expectancy) dan ekspektasi usaha (effort expectancy) dinilai mempengaruhi perilaku penggunaan secara positif dan signifikan. Hal ini dipengaruhi oleh kebermanfaatan yang dirasakan oleh pengguna didukung oleh mudah dipahami dan digunakannya suatu teknologi oleh para penggunanya.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Bharata & Widyaningrum (2020) dan Cahyani & Dewi (2021) membuktikan bahwa pengaruh sosial (social influence) dan kondisi yang memfasilitasi (facilitating condition) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan. Hal ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar serta faktor pendukung atau infrastruktur yang tersedia untuk menggunakan suatu teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Suardhika (2020) dan Nopiani & Putra (2021) membuktikan bahwa motivasi hedonis (hedonic motivation) dan nilai harga (price value) memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan suatu teknologi.

Kemungkinan kombinasi yang telah di teliti oleh terdahulu maka akan mengambil penelitian hal yang berbeda namun masih relevan, dimana sampel yang akan di teliti yaitu pengguna Shopee Paylater dengan keberlanjutan, kemudahan cara menggunakannya, keamanan dalam hacker, dan peningkatan minat penggunaan shopee paylater pada mahasiswa Sukabumi.

METODE

Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif subjek penelitian adalah mahasiswa Sukabumi dengan pengumpulan data kuesioner. Sugiyono (2020:192) Dengan total sample

penelitian ini berjumlah 30 mahasiswa Sukabumi yang menggunakan fitur Shopee paylater pada aplikasi shopee paylater. Penentuan jumlah sample menggunakan rumus Lemeshow (1997). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Yang telah di sebarakan dalam rangka untuk menggali 3 aspek yaitu : 1) persepsi kemudahan (Perception of ease), 2) persepsi keamanan (Perception of security), 3) minat penggunaan pinjaman online shopee paylater (Interested in using Shopee PayLater online loans).

Aspek persepsi kemudahan kemudahan penggunaan, keandalan, dan keamanan. Inilah sebabnya kami menggunakan teknologi dan sistem. Lebih lanjut, persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang menentukan perilaku konsumen saat berbelanja. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan persepsi keamanan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pengguna SPaylater. Lalu aspek Keamanan berfokus pada minat menggunakan shopee paylater yang mempengaruhi minat secara individual dan bersamaan dengan aplikasi. Sedangkan minat penggunaan pinjaman online shopee paylater bagaimana mahasiswa Sukabumi yang tertarik sehingga menggunakan aplikasi shopee dengan fitur pinjaman online sampai saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner online atau melalui Google Form pada mahasiswa Sukabumi, dan telah terkumpul 30 responden. Jumlah responden pada perempuan 15 orang (50%) dan laki-laki 15 orang(50%) dengan rata rata usia 20 tahun dan 21 tahun berdasarkan deskripsi sebaran responden sebagai berikut:

1. Uji validitas

Variabel	Pertanyaan	Coreccted item total correlation	Keterangan
Persepsi kemudahan	Saya berminat menggunakan shoppe paylatter karena mudah fipelajari	0.886	<i>Valid</i>
	Saya berminat menggunakan Shopee paylater karena mudah mengerjakan apa yang saja inginkan	0.875	<i>Valid</i>
	Saya berminat menggunakan Shopee paylater karena tidak membutuhkan waktu yang lama dalam penggunaan	0.763	<i>Valid</i>

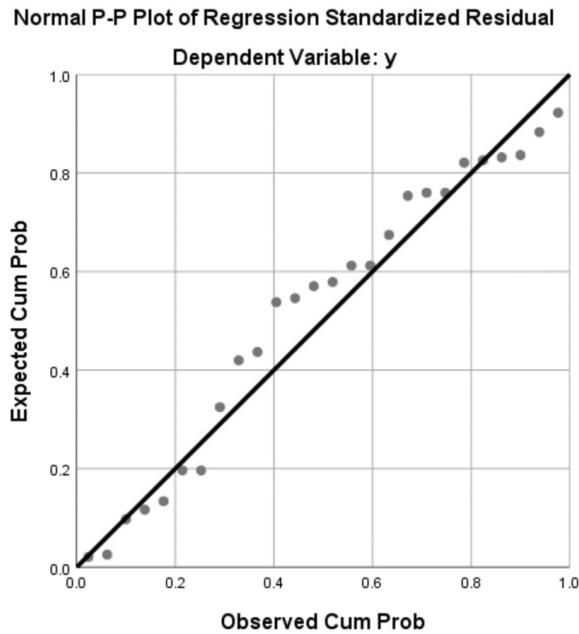
	Saya berminat menggunakan Shopee paylater karena mudah digunakan	0.699	<i>Valid</i>
Persepsi Keamanan	Saya berminat menggunakan shopee paylater karena merasa aman saat menggunakannya	0.866	<i>Valid</i>
	Saya berminat menggunakan Shoppe paylatyer karena aman dari hacker	0.87	<i>Valid</i>
	Saya berminat menggunakan Shopee paylater karena memiliki pengendalian yang baik dalam melindungi data pribadi saya	0.877	<i>Valid</i>
Minat penggunaan pinjaman online shopee paylater	Walaupun terdapat risiko finansial, saya tetap menggunakan shoppe paylater	0.844	<i>Valid</i>
	Saya tertarik untuk mencoba menggunakan shoppe paylater sebagai sarana transaksi pembayaran pada shoppe	0.853	<i>Valid</i>
	Saya berencana untuk terus menggunakan shoppe paylater	0.866	<i>Valid</i>

	sebagai sarana transaksi pembayaran pada shoppe		
--	---	--	--

2. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalisasi

Uji normalisasi dilakukan agar mengetahui apakah data tersebut normal atau tidak normal



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

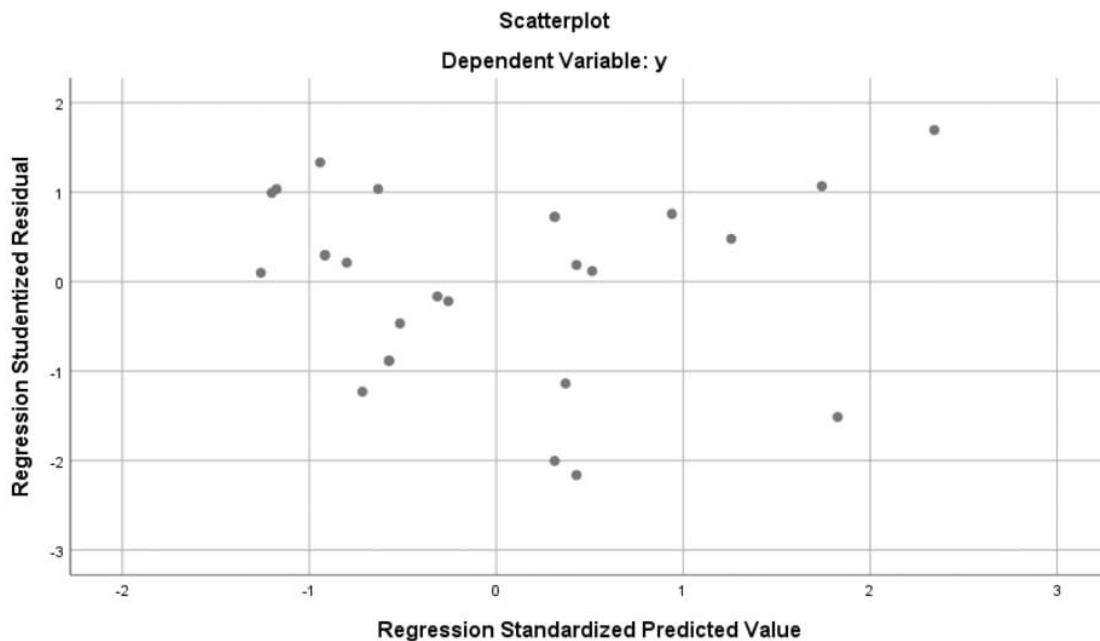
		Unstandardized Residual
N		26
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.1651205
		3
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.083
	Negative	-.155
Test Statistic		.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai signifikansi pada data ini sudah diketahui diatas adalah: 1,11 yang berarti bisa dikatakan normal menurut Kolmogorov - Sumirnov yang menyatakan bahwa karena data tersebut lebih dari 0,5.

a. Dependent Variable: y

B. Uji Heterosdastisitas



Uji Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.514	.851		.604	.552
	X1	.045	.102	.126	.440	.664
	X2	.095	.127	.215	.753	.459

a. Dependent Variable: ABSRES

JIKA NILAI SIG > 0,05 (TIDAK TERJADI HETEROSDASTISITAS)

Kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada Heterosdastisitas pada data karena nilai signifikansinya adalah 1,00 seperti yang di tunjukkan pada tabel di atas.

3. Analisis Data (Analisis Regresi Berganda)

Analisis regresi berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (yang ingin diprediksi) dengan dua atau lebih variabel independen (indicator). Dalam konteks analisis information, analisis regresi berganda berfungsi untuk menentukan seberapa kuat hubungan antara variabel dependen dan variabel-variabel independen tersebut, serta untuk membuat prediksi tentang nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen.

A. Uji F (Uji Pengaruh Secara Simultan)

Membandingkan F hitung dengan F tabel.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.460	2	34.730	6.816	.005 ^b
	Residual	117.194	23	5.095		
	Total	186.654	25			

- a. Dependent Variable: y
b. Predictors: (Constant), x2, x1

Jika F hitung > F tabel (ada pengaruh)
F HITUNG : 6.816
F TABEL : 3,42

Kita bisa melihat karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel maka menunjukkan bahwa variabel independent secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

B. Uji T (Pengaruh Secara Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.261	1.598		.789	.438
	X1	.334	.192	.415	1.739	.095
	X2	.237	.238	.238	.997	.329

a. Dependent Variable: Y

Jika T hitung > T tabel (Berpengaruh)

Koefisien Determinan

Untuk mencari tahu seberapa besar kontribusi X1 dan X2 terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.610 ^a	.372	.318	2.25729	

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Data dari tabel diatas didapatkan nilai adjusted R square sebesar 0,318 yang artinya variabel independen (X) berpengaruh sebesar 31,8% terhadap variabel dependen

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting shopee paylater dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Sukabumi. Dengan menggunakan 3 variabel berdasarkan proses pengujian dan analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan dari nilai R square 0,318 sangat berpengaruh dengan faktor faktor independen sebesar 31,8%. Penelitian ini adalah variabel persepsi kemudahan (Perception of ease), variabel persepsi keamanan (Perception of security), dan variabel minat penggunaan pinjaman online shopee paylater (interested in using shopee paylater online loans).

SARAN

Berdasarkan penelitian untuk mengetahui seberapa banyak penggunaan shopee paylater dikalangan mahasiswa Sukabumi selanjutnya yaitu : (1) dengan sampel responden lebih dari 30 mahasiswa diperluas dengan cara tidak hanya untuk mahasiswa Sukabumi saja namun luar kota juga. (2) Pengumpulan data bisa dilengkapi dengan wawancara untuk mengeksplorasi pengalaman responden lebih detail. (3) Menambahkan faktor yang lainnya seperti terkait dengan limit pertama di dapat.

KETERBATASAN

Dalam proses melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang dilakukan oleh peneliti yaitu Adanya waktu penelitian tenaga dan kemampuan peneliti, Adanya kemampuan responden yang kurang memahami dalam mengisi kuesioner dan kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan hasil kurang akurat. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap seberapa penting shopee paylater dikalangan mahasiswa, sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut. Dan kesimpulan yang di ambil hanya berdasarkan perolehan analisis data, maka diharapkan adanya penelitian lebih lanjut tentang limit yang di dapat dan kepuasan terdapat pengguna fitur shopee paylater.

REFERENSI

- Fandy Tjiptono, strategi Pemasaran, Edisi III, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h, 19
- Fanny Anggraeny Putri, dkk, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater", Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 8 Nomor 3 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Farida Jafar, Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h, 162.
- Iin Cristin Sidabutar, Pengaruh Kepuasan Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Loyalitas Pelanggan, Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara 2020. H. 2.
- Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23, edisi ke-2, 103.
- Imam Gunawan, Pengantar Statistika Inferensial, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 93.
- Inggardini Asarila Canestren, dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater", Universitas Telkom Bandung.
- Jogiyanto H.M, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Edisi Revisi, 2007), h, 330
- Akhmad, R. F., & Rachmawati, L. (2021). Fenomena PHK Masa Pandemi COVID-19 dan Dampaknya Terhadap Freshgraduate Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *INDEPENDENT: Journal of Economics*, 1(1), 157–169.
- Amelia, V. I. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur SPayLater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Gharaibeh, M. K., Arshad, M. R. M., & Gharaibh, N. K. (2018). Using the UTAUT2 Model to Determine Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Services: a Qualitative Approach. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12(4), 123–134. <https://doi.org/10.3991/ijim.v12i4.8525>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25(9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek. (2020). Paylater. <https://www.gojek.com/paylater/>
- Gunness, A., & Oppewal, H. (2020). How Mindset and Store Familiarity Impact Online Stockout Responses. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(4), 326–347. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2018-0034>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Pearson New International Edition : Multivariate Data Analysis. In *Pharmaceutical Quality by Design: A Practical Approach*