

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce B2C (Business to Consumer)* dan sekaligus *C2C (Consumer to Consumer)* dimana perusahaan ecommerce menyediakan platform sebagai jembatan bertemunya penjual dan pembeli sekaligus menjadi tempat bertemunya pembeli dengan pembeli lain, pada tahun 2015 Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura setelah itu melakukan ekspansi ke negara ASEAN lain dan membuka Shopee Indonesia, Shopee Malaysia, Shopee Thailand, Shopee Taiwan, Shopee Vietnam, dan Shopee Filipina (Shopee.com, 2015).



Sumber : katadata.com (2022)

Gambar 1. 1 Persaingan *e-commerce* di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1. dua perusahaan *e-commerce*, Tokopedia dan Shopee, bersaing berebut pasar di Indonesia. Keduanya memiliki pangsa pasar terbesar jika dilihat berdasarkan rata-rata jumlah kunjungan per bulan. Berdasarkan data iPrice, Tokopedia berada di puncak dengan rata-rata trafik mencapai 158,1 juta kunjungan per bulan selama kuartal III-2021. Angka tersebut naik 7% dari kuartal sebelumnya sebanyak 147,8 juta kunjungan. Sementara Shopee memiliki rata-rata trafik sebesar 134,4 juta kunjungan. Jumlah kunjungan tersebut naik 5,8% dari kuartal II-2021 yang sebanyak 127 juta kunjungan. Lalu posisi ketiga ditempati Bukalapak. *E-commerce* yang didirikan oleh Achmad Zaky ini memiliki 30,1 juta kunjungan pada kuartal III 2021, naik 2,3% dari kuartal sebelumnya. Lazada menyusul dengan 27,95 juta kunjungan. Angka ini naik 1% dari kuartal sebelumnya yang sebanyak 27,7 juta kunjungan.

Beberapa fitur dan program yang ditawarkan oleh shopee diantaranya yakni fitur live chat sebagai komunikasi langsung antara penjual dengan pembeli, goyang shopee merupakan inovasi in app game pertama aplikasi, shopee live untuk membantu para penjual dan mitra brand untuk memperluas jangkauan pasar dan penjualannya dan Kampanye Shopee 2.2 COD Sale, dengan adanya fitur dan program tersebut shopee berharap dapat meningkatkan pembelian masyarakat secara luas. Shopee menawarkan sistem sampel pembayaran melalui Shopee *Paylater*. *Shopee Paylater* adalah adalah fitur cicilan untuk membeli produk di Shopee Indonesia.. Keuntungan dari menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* antara lain, gratis

ongkir lebih banyak, cashback setiap hari, flash sale spesial, dan belanja lebih murah dan cepat.

Dengan banyaknya kemudahan yang di peroleh saat ini, banyak pengguna mulai menggunakan Shopee sebagai sarana penunjang aktivitas sehari-hari, dan dengan kemudahan tersebut konsumen tidak hanya mengonsumsi produk, melainkan juga menghasilkan konten atau ulasan. Ulasan sangat penting bagi konsumen, karena dengan ulasan tersebut konsumen bisa melihat barang yang di jual belikan memiliki kualitas yang bagus atau tidak. Dengan banyaknya ulasan dan informasi yang kredibel akan mempengaruhi minat beli ulang di aplikasi Shopee.

Menurut (Databoks, 2021) berdasarkan hasil survei DailySocial (2021) konsumen paling banyak menggunakan layanan Shopee *Paylater* sepanjang 2021. Persentasenya mencapai 78,4%. Kemudian, Gopay Later berada di urutan kedua sebagai fitur bayar nanti paling banyak diminati masyarakat. Sebanyak 33,8% responden mengaku menggunakan fitur *Paylater* di layanan milik Gojek ini. Berikutnya, sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur *Paylater* di Kredivo. Selanjutnya, ada 20,4% responden yang menggunakan fitur *Paylater* di layanan Akulaku. Ada pula 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka *Paylater*. Lalu, sebanyak masing-masing 3,3% dan 2,8% konsumen menggunakan fitur *paylater* di Indodana dan Home Credit. Sisanya, 0,4% konsumen yang menggunakan fitur *Paylater* di layanan lainnya.

Dengan slogan ‘buy now pay later’, *Paylater* menjadi layanan fintech favorit. Ketiga di Indonesia dengan presentase sebesar 56.7% setelah dompet digital dan investment (DSResearch, 2019). *Paylater* menjadi trend yang diminati oleh para milenial belakangan. Rusagi, Co-Founder Kredivo mengatakan 85% dari pengguna yang mendapat akses kredit melalui kredivo berusia produktif 18-35 tahun (Rahman,2019). *Paylater* sendiri dikenal sebagai jenis pembayaran baru dimana pengguna diberikan fasilitas pinjaman dengan limit tertentu dengan persyaratan yang mudah dan cepat diproses.

Dokumen yang menjadi syarat wajib untuk mendaftar *Paylater* adalah kartu tanda penduduk. Ini digunakan untuk memastikan calon pengguna setidaknya berusia 21 tahun sesuai peraturan yang berlaku di platform *Paylater* pada umumnya. Untuk limit pinjaman yang diberikan, tergantung kepada penghasilan perbulan calon pengguna dan kelengkapan pengguna dalam memberikan informasi data-data pribadinya, seperti SIM, NPWP, slip gaji, dan dokumen pendukung lainnya yang bisa menyakinkan bahwa calon pengguna bisa membayar kembali uang yang akan ia pinjam. Limit pinjaman yang akan diberikan berkisar dari Rp 700,000,00 sampai dengan Rp 30,000,000,00 dengan bunga yang relatif kecil 0-6%.

Menurut Ketua Research Institute of Socio Economic Development (RISED) Batubara, pandemi juga menjadi faktor yang menyebabkan meningkatnya pengguna *Paylater*. 92% dari 2,000 responden di 10 provinsi mengatakan layanan *Paylater* sangat bermanfaat untuk mengelola keuangan

dan arus kas. Suriani juga mengatakan pengguna kredivo meningkat 50% dan frekuensi transaksi menggunakan kredivo menjadi empat kali lebih sering dalam setahun (General Manager Kredivo, 2020)

Ada dua hal yang membuat pengguna *Paylater* terus meningkat tiap tahunnya. Yang pertama karena pertumbuhan konsumen *e-commerce* di Indonesia semakin tinggi. Menurut riset *dailysocial* per 14 Desember 2020 terdapat tujuh jenis *Paylater* untuk lima belas *e-commerce*. Gojek, Shopee, dan Traveloka memiliki *Paylater* mereka masing-masing yang bisa digunakan di platform mereka sendiri. Ovo yang bisa melayani *Paylater* pada *e-commerce* tokopedia. Kredivo, dan Akulaku yang bisa digunakan di beberapa *e-commerce* seperti Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli, dan masih banyak lagi. Yang kedua disebabkan oleh rendahnya peredaran kartu kredit. Menurut Bank Indonesia (Feb 2020) terdapat 17,61 juta kartu kredit saja yang beredar di Indonesia (Eka, 2020).

Menurut penelitian RISED faktor utama mengapa *Paylater* lebih digandrungi daripada kartu kredit karena 94% responden mengatakan mereka percaya pada jaminan perlindungan konsumen sesuai yang sudah diatur OJK pada Undang - Undang Hukum Perdata dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 Tahun 2016 yang mengatur perihal perlindungan hukum terhadap Pengguna Layanan P2P Lending. 60,5% responden juga menyatakan bahwa alasan mereka memilih *Paylater* dikarenakan persyaratan dan prosedurnya yang mudah. Walaupun persyaratan untuk mengajukan *Paylater* terbilang mudah dan sudah dijamin oleh OJK, tidak

jarang beredar berita di media sosial tentang masalah penyalahgunaan data nasabah.

Menurut Tulus ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pengaduan terkait penyalahgunaan data pribadi menjadi salah satu masalah yang paling banyak dilaporkan masyarakat. Tulus juga mengatakan bahwa pengaduan tersebut di dominasi oleh pinjaman online ilegal dan market place atau *e-commerce* (Andriani, 2020). Melalui website (Media Konsumen, 2021) terdapat 128 keluhan yang berkaitan dengan penyalahgunaan data, pencurian akun, kesalahan sistem dan pelayanan, pembekuan atau penguncian akun secara sepihak, penipuan, dan penagihan yang tidak sesuai mengenai fitur *Paylater*. Berikut adalah grafik presentase keluhan para pengguna *Paylater* :

Tabel 1. 1 Presentase Keluhan Paylater

No	Keluhan	Presentasi
1.	Penyalahgunaan data	5 %
2.	Pencurian akun	26 %
3.	Kesalahan system/pelayanan	38 %
4.	Pembekuan/penguncian akun	13 %
5.	Penipuan	11 %
6.	Penagihan yang tidak sesuai	7 %

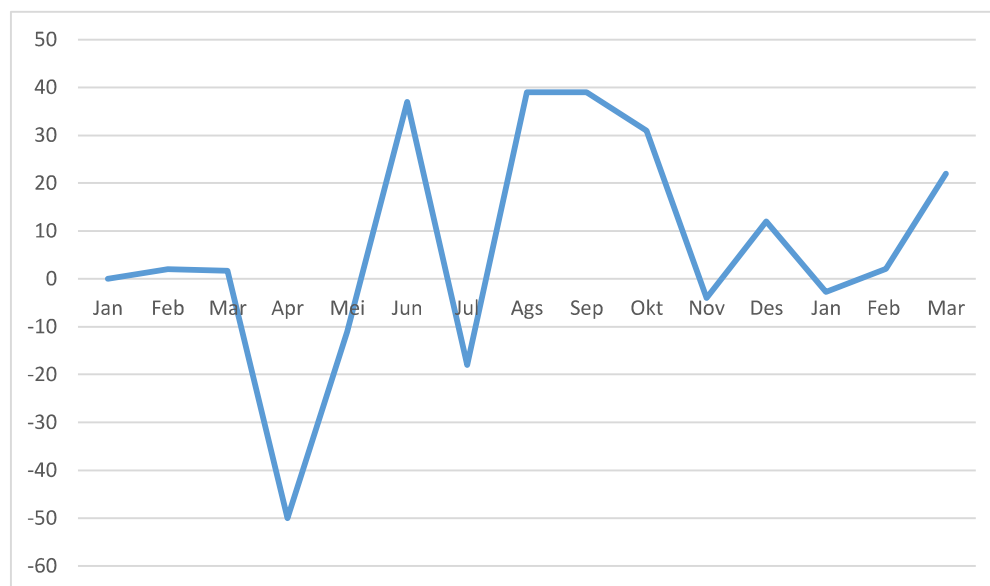
Sumber: (Media Konsumen, 2021), diolah oleh penulis 2021

Dari gambar 1.1 dapat diketahui keluhan pengguna *Paylater* didominasi oleh kesalahan sistem dan pelayanan dengan presentase sebesar 38%, keluhan ini didominasi oleh tagihan *Paylater* yang tidak terverifikasi

padahal sudah dibayar atau pembayaran tidak terverifikasi dikarenakan sistem yang error atau sedang ada perbaikan. Dengan presentase 26% diposisi kedua ada pencurian akun, dimana banyak pengguna yang mengaku akun *Paylater* mereka diretas dan limit pada *Paylater* mereka dikosongkan atau digunakan untuk bertransaksi, bahkan banyak yang mengaku bahwa akun *Paylater* tersebut sudah ditutup sebelumnya tetapi tagihan *Paylater* terus muncul. Selanjutnya pembekuan atau penguncian akun secara sepihak oleh pihak *Paylater* menjadi masalah yang paling sering diadukan ketiga, para pengguna mengaku bahwa terkadang pihak *Paylater* langsung membekukan akun mereka tanpa alasan yang jelas atau sepele, bahkan ada pihak *Paylater* yang tiba-tiba mengurangi limit pinjaman pengguna tanpa alasan yang jelas. Penipuan dengan presentase 11% juga menjadi keluhan yang dilaporkan para pengguna, para pengguna mengaku bahwa ada pihak yang mengaku bahwa mereka adalah pihak resmi *Paylater* yang mengancam jika pengguna tidak segera membayar tagihan *Paylater* maka pihak mereka akan menagih langsung ke tempat tinggal pengguna. Lalu ada pengguna yang mengeluhkan bahwa terkadang penagihan pinjaman dilakukan kepada orang terdekat yang tentu saja membuat orang tersebut tidak nyaman, tidak jarang juga pihak *Paylater* menagih tagihan yang belum jatuh tempo serta melakukan pengancaman akan menyebarkan rincian tagihan mereka ke kontak pribadi yang dimiliki pengguna. Yang terakhir ada penyalahgunaan data, dimana banyak yang mengaku bahkan mereka tidak pernah

menggunakan *Paylater* sebelumnya tetapi mendapatkan pemberitahuan untuk segera melakukan pembayaran tagihan.

Tetapi ini tidak menjadi penghalang nasabah untuk tidak menggunakan *Paylater*, terbukti penyaluran dana melalui fintech lending terus meningkat tiap tahunnya. Walaupun sempat turun pada awal pandemi, tetapi pertumbuhan dana yang disalurkan tetap meningkat. Puncaknya pada bulan Agustus 2020 lalu presentase kenaikan penyaluran dana melalui fintech lending mencapai 39% dari bulan sebelumnya (Data Statistik Penyaluran Dana Fintech Lending, OJK)



Gambar 1. 2 Presentase Kenaikan - Penurunan Jumlah Dana yang Tersalurkan Melalui Fintech Lending

Dengan gap antara kenyataan bahwa keamanan data pribadi nasabah terancam tetapi nasabah tetap menggunakan *Paylater*.

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana suatu teknologi mampu berperan dalam mempermudah proses transaksi berbasis online yang nantinya dapat menciptakan minat beli konsumen terhadap Shopee dan kemudian membuat konsumen berminat kembali untuk membeli ulang. Menurut Kusuma dan Susilowati, (2007) dalam Alwafi, dan Rizal, (2016) mengungkapkan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya. Shopee sendiri memiliki kemudahan dalam mengoperasikannya, konsumen dengan mudahnya melakukan pembayaran dengan cara apapun. Dimana dalam menggunakan Shoppe *Paylater*.

Perhatian utama bagi penjual online telah bergeser dari mendorong konsumen untuk mengunjungi dan menggunakan toko online untuk melakukan pembelian untuk memotivasi konsumen dalam melakukan pembelian berulang melalui platform / toko online tersebut (Chiu, Hsu, Lai, & Chang, 2012). Persepsi keamanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan. Menurut Park dan Kim, (2006) dalam Furi et. al (2020) menyatakan bahwa keamanan merupakan kemampuan toko untuk menjaga dan mengontrol data konsumen pada saat melakukan transaksi *online*. Salah satu permasalahan yang terjadi di Shopee tentang persepsi keamanan, yaitu bocornya data dan tersebarnya kode OTP (*One Time Password*) konsumen. Kode OTP itu sendiri merupakan password sekali pakai yang berguna

sebagai sistem keamanan ganda dalam melakukan transaksi. Banyak kasus kebocoran data OTP yang terjadi pada pengguna Shopee, yang mengakibatkan menurunnya minat beli konsumen terhadap aplikasi Shopee. Peneliti keamanan darkweb yang dikenal sebagai DarkTracer mengatakan bahwa ratusan ribu data kredensial yang diakses lewat situs web atau domain Indonesia, bocor. Ini termasuk Shopee, Lazada, Direktorat Jenderal atau Ditjen Pajak, Kementerian Agama (Kemenag) hingga Kementerian Keuangan (Kemenkeu). DarkTracer menyebutkan, 40.629 pengguna internet di Indonesia terinfeksi Stealer, seperti Redline, Raccoon, dan Vidar. Setyowati, Katadata.co.id,2022.

Penelitian Puspitasari (2020) yang hasilnya membuktikan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Penelitian Nugroho (2018) variabel kemudahan berpengaruh Terhadap keputusan transaksi menggunakan system *e-commerce*, sedangkan Keamanan dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan transaksi menggunakan system *e-commerce*. Penelitian Ratna Suryani (2022) kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat beli ulang dan Brand image toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Bagi Pengguna Fitur Shopee *Paylater*”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang bagi pengguna fitur Shopee *Paylater*?
2. Apakah keamanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang bagi pengguna fitur Shopee *Paylater*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara signifikan kemudahan terhadap minat beli ulang bagi pengguna fitur Shopee *Paylater*.
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh secara signifikan keamanan terhadap minat beli ulang bagi pengguna fitur Shopee *Paylater*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis diharapkan mampu memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan persepsi keamanan dan kemudahan pelanggan maupun teori-teori yang ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Shopee, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi keamanan dan kemudahan pelanggan terhadap minat beli ulang.
- b. Bagi Pihak lainnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi untuk melanjutkan penelitian lainnya. Serta memberikan wawasan, pengetahuan, dan pengalaman dalam menerapkan teori ke dalam praktek sesungguhnya.