

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi memiliki peranan yang semakin krusial dalam menunjang berbagai aktivitas masyarakat, di mana beragam kegiatan dalam kehidupan sehari-hari dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan efisien melalui pemanfaatan teknologi yang pada dasarnya dikembangkan untuk memberikan kemudahan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan, sehingga perkembangan teknologi digital tersebut turut mendorong terjadinya transformasi dalam sistem pembayaran di Indonesia, salah satunya melalui kehadiran layanan *financial technology (fintech)*.

Financial technology (fintech) di Indonesia dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi digital dalam penyelenggaraan layanan keuangan yang bertujuan meningkatkan efisiensi serta memperluas akses bagi masyarakat. Ruang lingkup fintech meliputi berbagai layanan, seperti sistem pembayaran digital, pembiayaan, investasi, pengelolaan risiko, hingga layanan perencanaan keuangan (Van Marsally dkk., 2024). Hal tersebut sejalan dengan pendapat bahwa teknologi keuangan memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan aktivitas transaksi masyarakat. Selain itu, kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan digital dipengaruhi oleh pemahaman serta perilaku dalam penggunaan layanan keuangan modern (Novita dkk., 2022).

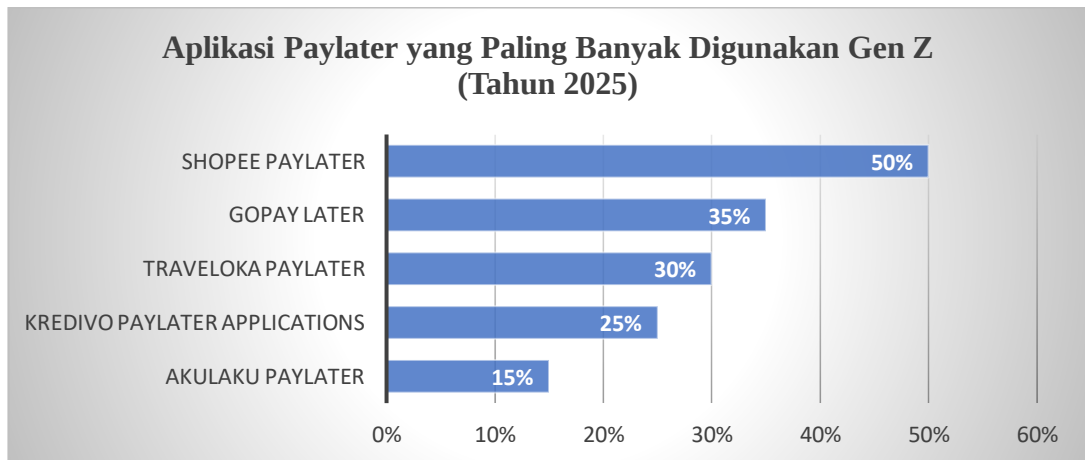
Kehadiran *fintech* bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang lebih cepat, efisien, dan fleksibel. Salah satu bentuk layanan *fintech* yang berkembang pesat adalah layanan *paylater*. *Paylater* merupakan layanan keuangan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari melalui sistem cicilan hingga batas waktu jatuh tempo yang telah ditentukan (Putri dkk., 2025).

Layanan *paylater* yang terintegrasi dalam ekosistem salah satunya GoPayLater (Gojek dan *GoPay*). Gojek merupakan sebuah aplikasi yang

dikembangkan oleh perusahaan yang bergerak di bidang layanan transportasi berbasis digital. Aplikasi ini dapat diakses oleh masyarakat Indonesia dengan melakukan pendaftaran sebagai mitra pengemudi ojek *online*. Selain menyediakan layanan transportasi, Gojek juga menawarkan berbagai fitur layanan lainnya, seperti *GoFood*, *GoMart*, *GoTagihan*, *GoTransit*, *GoSend*, serta layanan pendukung digital lainnya yang memudahkan kebutuhan pengguna sehari-hari (Tiawan dkk., 2023). Sedangkan *GoPay* adalah layanan dompet digital yang disediakan oleh Gojek dan berfungsi sebagai alat pembayaran non-tunai untuk berbagai transaksi dalam ekosistem Gojek maupun pada mitra usaha yang bekerja sama, sehingga memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara cepat, aman, dan praktis.

Berbeda dengan *GoPayLater* yang terintegrasi dalam ekosistem Gojek dan *GoPay*, layanan *ShopeePayLater* yang berada dalam *platform* Shopee memiliki karakteristik dan cakupan penggunaan yang berbeda. Menurut Tiawan dkk., (2023), Gojek merupakan aplikasi layanan digital berbasis super app yang menyediakan berbagai fitur seperti transportasi, pesan-antar makanan, pengiriman barang, serta pembayaran digital melalui *GoPay*, sehingga *GoPayLater* dirancang untuk mendukung transaksi jasa dalam ekosistem tersebut. Dengan demikian, penggunaan *GoPayLater* lebih banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan layanan harian seperti transportasi, pembelian makanan, hingga pembayaran tagihan.

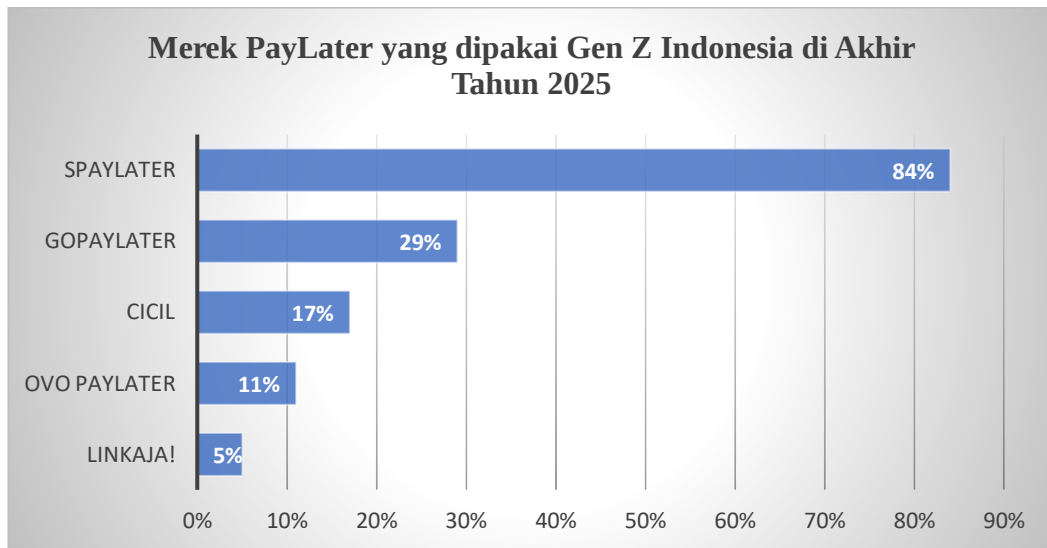
Sementara itu, menurut Putri dkk., (2025), layanan *paylater* pada *platform e-commerce* umumnya digunakan untuk mendukung pembelian produk secara kredit dengan sistem cicilan dan tenor tertentu. Dalam konteks *ShopeePayLater*, fitur ini lebih difokuskan pada pembiayaan pembelian barang di *marketplace* Shopee, seperti fashion, elektronik, dan kebutuhan rumah tangga.



Sumber: IDN Research Institute

**Gambar 1. 1 Aplikasi *Paylater* yang Paling Banyak Digunakan Gen Z
(Tahun 2025)**

Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa *GoPayLater* memiliki tingkat penggunaan sebesar 35% pada kalangan Gen Z tahun 2025. Persentase tersebut menunjukkan bahwa *GoPayLater* cukup diminati sebagai layanan pembayaran digital berbasis *paylater*, terutama karena terintegrasi dengan berbagai layanan dalam ekosistem Gojek dan pembayaran digital sehari-hari. Meskipun demikian, persentase penggunaan *GoPayLater* masih berada di bawah *ShopeePaylater* yang memiliki tingkat penggunaan lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *GoPayLater* masih menghadapi persaingan dengan layanan *paylater* lain dalam menarik minat pengguna, khususnya pada kalangan Generasi Z.



Sumber: Databoks

**Gambar 1.2 Layanan *Paylater* Langgan Masyarakat Indonesia
(Tahun 2025)**

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa *GoPayLater* memiliki tingkat penggunaan sebesar 29% pada kalangan Generasi Z di Indonesia pada akhir tahun 2025. Persentase tersebut menunjukkan bahwa *GoPayLater* cukup diminati sebagai salah satu layanan *paylater* digital di Indonesia. Namun, jika dibandingkan dengan *SPayLater* yang mencapai 84%, tingkat penggunaan *GoPayLater* masih tergolong lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa *GoPayLater* masih menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan layanan *paylater* lainnya dalam menarik minat penggunaan pada kalangan Generasi Z. Meskipun demikian, posisi *GoPayLater* yang berada di urutan kedua menunjukkan bahwa layanan ini tetap memiliki potensi dan peluang yang besar untuk terus meningkatkan minat penggunaan di masyarakat.

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa penggunaan *GoPayLater* pada Generasi Z mengalami penurunan pada tahun 2025. Pada awal tahun 2025, tingkat penggunaan *GoPayLater* berada pada angka 35%, kemudian mengalami penurunan menjadi 29% pada akhir tahun 2025. Hal tersebut menunjukkan adanya penurunan minat penggunaan *GoPayLater* pada kalangan Gen Z.

Fenomena penurunan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pengguna mulai merasa fitur yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan, adanya keraguan terhadap keamanan dan kepercayaan layanan, serta kemudahan penggunaan yang dirasa belum optimal bagi sebagian pengguna. Selain itu, semakin banyaknya layanan pembayaran digital dan *paylater* lain juga dapat memengaruhi minat penggunaan *GoPayLater* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

Dalam konteks penerimaan teknologi, kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu determinan penting dalam minat pengguna terhadap aplikasi digital. Venkatesh et al., (2023) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat seseorang dalam menerima teknologi baru, termasuk layanan keuangan digital.

Selain itu, kelengkapan fitur aplikasi menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi minat penggunaan. Fitur yang lengkap dan sesuai kebutuhan tidak hanya meningkatkan utilitas layanan, tetapi juga memperkuat persepsi manfaat pengguna terhadap aplikasi. Menurut Lestari dan Wibowo (2022), fitur layanan yang komprehensif dan inovatif dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperluas intensi penggunaan layanan fintech secara signifikan.

Faktor lain yang sangat krusial adalah kepercayaan (*trust*), terutama dalam layanan *paylater* yang melibatkan data pribadi dan transaksi finansial. Kepercayaan konsumen terhadap keamanan, transparansi biaya, dan integritas penyedia layanan memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh Hartono & Sari (2024), menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap sistem fintech berpengaruh langsung terhadap minat dan loyalitas pengguna, khususnya di kalangan generasi Z.

Generasi Z sendiri merupakan kelompok yang lahir dalam era digital dan memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi (Badan Pusat Statistik, 2022). Generasi ini cenderung memilih layanan yang responsif, mudah digunakan, terintegrasi dengan gaya hidup mereka, dan menawarkan pengalaman digital yang

lancar. Di Kabupaten Kuningan, peningkatan penggunaan layanan digital termasuk fintech menunjukkan perkembangan pesat dalam perilaku konsumen muda dan menjadi alasan kuat mengapa penelitian ini difokuskan pada Generasi Z.

Berikut adalah hasil dari pra-survei yang melibatkan 30 responden Generasi Z kelahiran tahun 1997–2012 di Kabupaten Kuningan terkait minat penggunaan layanan *GoPayLater* ini.

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survei Generasi Z di Kabupaten Kuningan

Pertanyaan	Jawaban	Jumlah Responden
Apakah anda memiliki keinginan untuk menggunakan <i>GoPayLater</i> ?	Ya	6
	Tidak	24
	Total	30
Apakah Anda berniat untuk terus menggunakan <i>GoPayLater</i> di masa yang akan datang?	Ya	6
	Tidak	24
	Total	30
Apakah Anda bersedia merekomendasikan <i>GoPayLater</i> kepada orang lain?	Ya	8
	Tidak	21
	Total	30

Sumber: Sedarmayanti, (2017)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden Generasi Z di Kabupaten Kuningan, dapat diketahui bahwa minat penggunaan *GoPayLater* tergolong rendah. Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menjawab “Tidak” pada pertanyaan mengenai keinginan menggunakan *GoPayLater*; niat untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa mendatang dan bersedia merekomendasikan *GoPayLater* kepada orang lain. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *GoPayLater* memiliki tingkat ketertarikan dan kepercayaan di kalangan Generasi Z, sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *GoPayLater* seperti kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, untuk melengkapi penelitian ini penulis menyertakan riset gap dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Pada variabel kemudahan penggunaan, penelitian Lesilolo dkk., (2024)

menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee*PayLater* secara parsial. Namun, secara simultan bersama variabel kepercayaan dan manfaat, kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut. Sebaliknya, Tahtiyar dan Kurniawati (2023), menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater*, bahkan juga berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan fintech secara umum. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya inkonsistensi temuan mengenai peran kemudahan penggunaan dalam mendorong minat penggunaan *paylater*.

Pada variabel kelengkapan fitur, Damayanti dan Dwiridotjahjono (2024) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sehingga semakin lengkap fitur yang disediakan, maka semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakan dompet digital, hasil berbeda ditemukan oleh Lesilolo dkk., (2024), yang menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Penelitian tersebut mengindikasikan bahwa pengguna cenderung lebih mempertimbangkan manfaat dan kepercayaan dibandingkan variasi fitur yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat penggunaan masih belum konsisten.

Sementara itu, pada variabel kepercayaan, penelitian Sari dan Yatun (2022), menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat penggunaan Shopee *PayLater*. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Setyawati (2022), yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Go*PayLater*. Perbedaan temuan ini memperlihatkan bahwa peran kepercayaan dalam memengaruhi minat penggunaan layanan *paylater* masih memerlukan kajian lebih lanjut, khususnya pada konteks layanan dan karakteristik responden yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, yang mencakup pesatnya perkembangan layanan *paylater*, karakteristik penggunaan Go*PayLater* di kalangan

Generasi Z, serta pentingnya faktor kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan dalam memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kelengkapan Fitur, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan GoPayLater (Survei pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
3. Bagaimana pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan fitur terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan GoPayLater pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan penerimaan teknologi dan penggunaan layanan keuangan digital. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur empiris mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), khususnya *GoPayLater*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa dengan objek, variabel, maupun pendekatan yang berbeda, sehingga dapat memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan keuangan digital di kalangan Generasi Z.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk sebagai penyedia layanan *GoPayLater*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan *GoPayLater*. Informasi mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan, pengembangan fitur, serta upaya membangun kepercayaan pengguna, sehingga mampu meningkatkan minat dan loyalitas pengguna terhadap layanan yang ditawarkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji topik yang serupa. Mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini yang hanya menggunakan variabel kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, dan kepercayaan dalam menjelaskan minat penggunaan, maka peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan, seperti persepsi risiko, literasi keuangan, promosi digital, maupun faktor sosial lainnya. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jumlah responden serta cakupan wilayah penelitian agar hasil penelitian menjadi lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.