



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

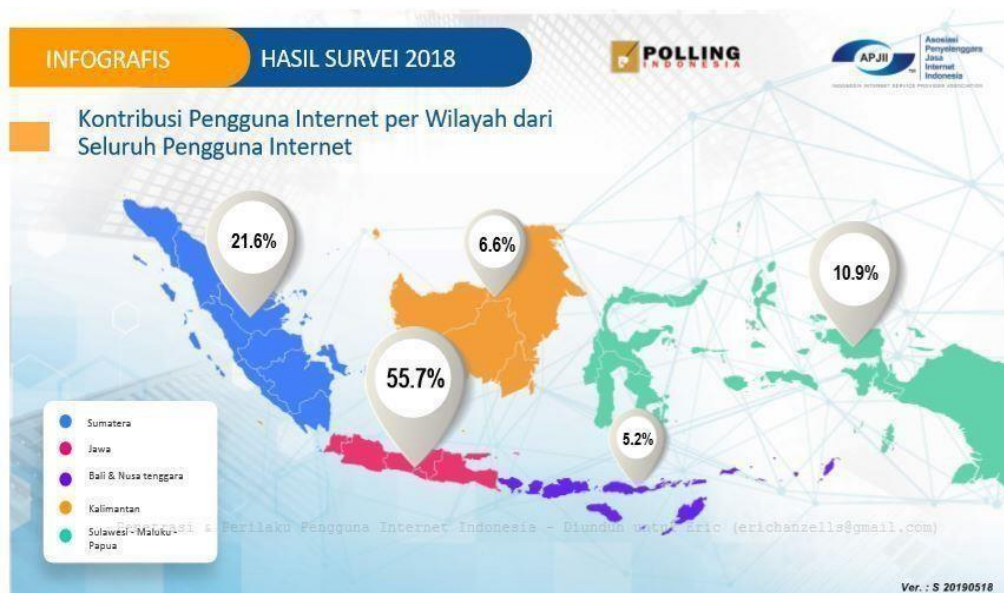
Perkembangan internet di dunia membuat berubah cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan memberikan kemudahan dalam memberikan informasi (Rahma, 2015). Berdasarkan survey yang dibuat oleh We Are Social (2019) pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan naik 13% atau sekitar 17 juta dari tahun 2018, dengan rata-rata penggunaan internet dengan smartphone sebagai device sebesar 60%. Data ini diambil dari hasil penelitian We Are Social tahun 2019 tentang pertumbuhan internet di Indonesia



Gambar 1. 1 Statistik pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia Tahun 2019

Sumber: We Are Social

Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), total pengguna internet di Indonesia sebesar 171.17 juta penduduk dari total penduduk Indonesia yang sebesar 264.16 juta penduduk, dengan kontribusi terbesar pengguna berada di pulau Jawa sebesar 55.7%, diikuti oleh pulau Sumatera sebesar 21.6%, pulau Papua, Maluku, dan Sulawesi sebesar 10.9%, Kalimantan 6.6% dan yang terakhir Bali dan Nusa Tenggara sebesar 5.2%.



Gambar 1. 2 Statistik kontribusi penggunaan internet di Indonesia

Sumber: APJII, 2018

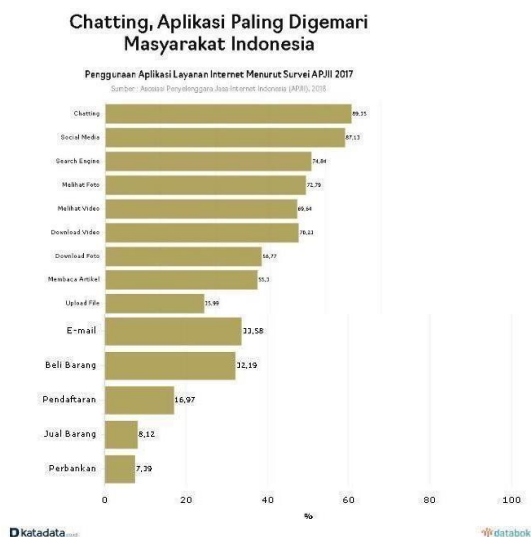
Hasil survei yang dilakukan APJII Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga mendapatkan bahwa dalam mengakses internet, perangkat yang digunakan dapat melalui computer desktop, tablet, laptop pribadi maupun Handphone/ smartphone (APJII, 2018). Hasil survei yang dilakukan oleh APJII, rata-rata pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat smartphone/ hp dengan persentase 93.3%, komputer desktop 9.6%, laptop 17.2%, dan tablet 5.2% untuk terhubung dengan internet setiap harinya.

Berdasarkan gambar 1.3 dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan internet pada smartphone/ hp miliknya, membuktikan bahwa perkembangan dalam smartphonapun berkembang dengan sangat cepat. Penduduk Indonesia menempati peringkat pertama dalam jumlah pengguna teraktif dalam aplikasi mobile dengan jumlah durasi 250 menit atau 4 jam selama sehari pada tahun 2017 (Ramadhan, 2018).



Gambar 1. 3Perangkat yang digunakan oleh pengguna internet Indonesia

Sumber: APJII, 2018



Gambar 1. 4 Penggunaan Aplikasi layanan Internet Menurut Survey APJII 2017

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan dari gambar 1.4 dari survey yang dilakukan APJII 2017 jenis aplikasi yang ada di Indonesia memiliki berbagai macam seperti chatting, social media, search engine, melihat foto, melihat video, download video, download foto, membaca artikel, upload file, E-mail, beli barang, pendaftaran, jual barang, dan perbankan.

Menurut (MAULIDA, 2019) fintech merupakan salah satu jenis perusahaan yang berada di bidang jasa keuangan yang digabungkan dengan teknologi atau sebagai segmen di industri startup yang membantu untuk memaksimalkan dalam penggunaan teknologi yang bertujuan untuk mempertajam, mengubah, dan mempercepat berbagai aspek pelayanan keuangan. Dalam industri fintech menurut (Chandra, 2018) memiliki 4 jenis yaitu:

1. Peer-to-Peer (P2P) lending dan crowdfunding
2. Manajemen risiko investasi
3. Payment, clearing, dan settlement
4. Market aggregator

Peran industri fintech di Indonesia mampu meningkatkan perekonomian Indonesia mencapai 25,97 Triliun rupiah, penyaluran dana kredit yang dapat dihasilkan oleh industri fintech pada tahun 2018 mencapai 7,64 triliun rupiah (Sukirno, 2018). Dilansir dari (Kartika, 2019) industri fintech berkembang di Indonesia, baik dari fintech payment. Hal ini terlihat dari transaksi fintech payment Rp 47,1 triliun di 2018. Data tersebut dapat dilihat

dari gambar 1.5.



Gambar 1. 5 *Transaksi Fintech Indonesia 2015- 2021*

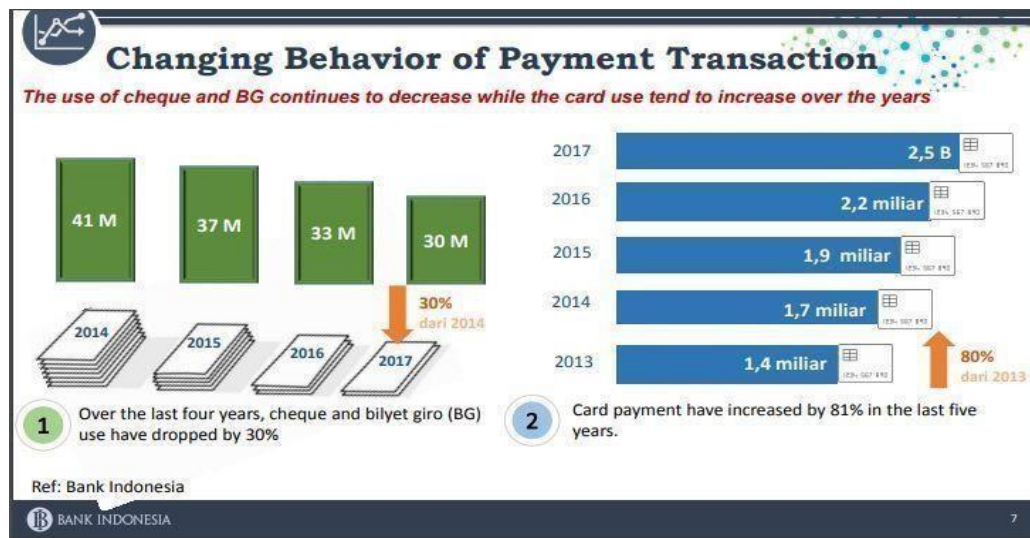
Sumber: databoks.katadata.co.id

Indonesia memiliki 235 perusahaan fintech dan sebesar 39% diantaranya merumapakan fintech payment. Pada Desember 2018 terhitung terdapat 33 perusahaan fintech payment yang berada di Indonesia sudah memiliki izin untuk menjalankan industri fintech payment, tutur dari CEO dan Co-Founder dari Investree mengatakan bahwa pada tahun 2019 industri fintech payment akan menjadi pendorong pertumbuhan hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pengguna pembayaran dengan menggunakan Go-pay, OVO, dan T-cash (Taqwa, 2019). Berdasarkan informasi yang diberikan dari Bank Indonesia sebanyak 58 perusahaan fintech payment yang sudah terdaftar di Bank Indonesia yaitu Infinitium Mobile Secure, Bank Payment Gateway, dan Infinitium Mobile eXperience - (PT Infinitium Solutions) dan lainnya (Roy Franedya, 2019).

E-wallet (Electronic wallet) merupakan salah satu bentuk dari fintech sebagai alternatif untuk metode pembayaran yang memanfaatkan media internet, e-wallet mempunyai fungsi untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik dan mempermudah setiap pengguna untuk melakukan segala kegiatan transaksi dengan lebih mudah, efisien, efektif, aman, dan nyaman (Apriyani, 2019). Menurut (Mail, 2019) E-wallet merupakan

istilah untuk aplikasi atau layanan *e-wallet* yang mempunyai fungsi untuk transaksi antar penggunanya, berbeda fungsi dengan perbankan bahwa *e-wallet* tidak cocok untuk menyimpan uang karena fokus *e-wallet* merupakan transaksi seperti mengirim uang ke teman, transaksi pembelian barang atau jasa.

Tren digital Payment mulai digunakan di berbagai negara termasuk Indonesia. Pembayaran digital merupakan sebuah cara metode baru sebagai alat transaksi yang dimana para pengguna tidak lagi menggunakan uang kertas maupun cek, sehingga dapat memudahkan para pengguna dan mempercepat proses pembayaran dengan menggunakan aplikasi yang dapat diunduh melalui smartphone masyarakat pun mulai ter-edukasi dengan sendirinya, didukung juga dengan gadget smartphone merupakan kebutuhan sekunder utama di era sekarang (Firdha, 2019). Menurut (Dikdik, 2019) digital Payment adalah bentuk pembayaran yang menggunakan media teknologi seperti SMS, Mobile Banking, Internet Banking, Digital Wallet, dan sebagainya. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik smartphone.

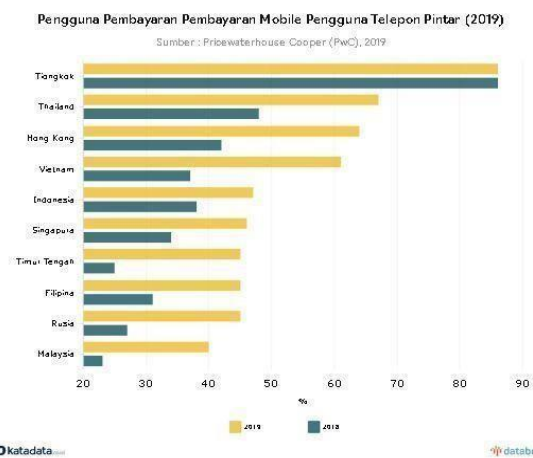


Gambar 1. 6 Changing Behavior of Payment Transaction

Sumber: Digital Payment Transformation Bank Indonesia

Dapat dilihat dari gambar 1.6 menurut data Bank Indonesia digital payment dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia menerima dengan adanya kehadiran digital payment dapat dilihat dari tahun 2013 sampai 2017 penggunaan digital payment terus meningkat dan penggunaan uang kertas menurun.

Indonesia Peringkat Kelima Dunia Penggunaan Pembayaran Mobile Pengguna Telepon Pintar 2019



Gambar 1. 7 pengguna Pembayaran Mobile Pengguna Telepon Pintar

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dapat dilihat juga dari gambar 1.7 bahwa pada tahun 2019 jumlah dari pengguna digital payment di Indonesia sebesar 47% membuat Indonesia menempati urutan ke-5 dengan penggunaan pembayaran mobile terbesar di dunia.

Dalam penggunaan digital payment terdapat beberapa keuntungan dalam melakukan transaksi digital seperti pengguna menjadi lebih mudah dan praktis dalam melakukan transaksi, transaksi pengguna menjadi lebih aman dan nyaman, dalam transaksi pengguna bisa melakukannya dengan lebih cepat, dan pengguna bisa menggunakan berbagai layanan digital payment.

Dalam keuntungan digital payment bisa menggunakan berbagai layanan, digital payment memiliki beberapa fitur seperti kartu kredit, uang elektronik, internet banking, mobile banking hingga *e-wallet*, salah satu fitur digital payment adalah paylater. (Haluan, 2019).

Penemuan baru dalam industri fintech pada sektor transaksi adalah cara bertransaksi dengan menggunakan fitur Paylater, fitur ini merupakan solusi untuk para masyarakat Indonesia yang ingin ambil cicilan kredit tanpa perlu memiliki sebuah kartu kredit, dikarena banyak orang yang kemudian beralih menggunakan Paylater setelah pengajuan kreditnya ditolak oleh bank. Sekara ng ini masyarakat gencar menggunakan Paylater, sebenarnya perbedaann antara kartu kredit berbentuk fisik Kartu dan Paylater adalah sebuah aplikasi. Namun keduanya sama-sama memiliki fungsi sebagai pinjaman uang tanpa jaminan untuk masyarakat yang mengajukan kredit. Fitur kredit Paylater memungkinkan para pengguna untuk membeli suatu produk dengan menggunakan dana talangan yang bisa dibayarkan secara angsuran (Hadijah, Paylater atau Kartu Kredit, Lebih Untung Mana?, 2019).

Menurut (PENULISID, 2019) payLater merupakan sebuah fitur pembayaran cashless atau non-tunai dalam bentuk pemberian pinjaman uang tanpa harus memberikan jaminan untuk pengguna suatu aplikasi mobile tertentu. Perbedaan paylater dan credit card adalah:

	Credit Card	Paylater
Dokumen pengajuan yang dibutuhkan	<p>menyiapkan dokumen yang lebih banyak. Antara lain</p> <ul style="list-style-type: none"> • fotokopi KTP, • kartu NPWP, • bukti penghasilan (Slip Gaji/SKP/SPT), • fotokopi rekening tabungan, • fotokopi SIUP/TDP (khusus wirausaha) • serta fotokopi surat izin profesi (khusus profesional). 	<p>menyiapkan segala dokumen dalam bentuk soft file. Dokumen yang dibutuhkan dalam pengajuan PayLater yaitu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kartu Tanda Penduduk • (KTP) asli • Surat Izin Mengemudi (SIM), • kartu NPWP, • BPJS,
		<ul style="list-style-type: none"> • Kartu Keluarga (KK).
Suku bunga yang ditetapkan	2,75% – 3% per bulannya.	2,9% – 4% per bulan
Limit pinjaman yang disediakan	kartu kredit memberikan limit pinjaman yang dependable atau setiap jenis kartu yang diterbitkan oleh pihak bank memiliki limit berbeda sesuai dengan jumlah pendapatan yang dimiliki oleh nasabah.	limit pinjaman yang disediakan melalui PayLater cukup tinggi, hingga Rp10 juta

Tenor pinjaman yang diberikan	berbeda-beda sesuai dengan kebijakan bank penerbit kartu, yaitu 12, 24, 36, hingga 48 bulan.	Tenor yang diberikan beragam mulai dari 1, 3, 6, 10, hingga 12 bulan.
Keamanan transaksi pembayaran	transaksi Kartu Kredit hanya bisa dilakukan pada mesin Electronic Data Capture (EDC). Setiap transaksi pembayaran dengan Kartu Kredit, kamu akan diminta memasukkan nomor PIN atau membubuhkan tanda tangan sebagai bagian dari verifikasi identitas.	dengan password ataupun One Time Password (OTP) yang dikirimkan langsung pada nomor ponsel terdaftar

Tabel 1. 1Perbedaan Credit Card dan Paylater

Menurut (Annistri, 2019) dalam penggunaan paylater terdapat keuntungan – keuntungan yang didapatkan konsumen saat menggunakan paylater seperti konsumen dapat dengan mudah mendaftarkan dirinya dan memberikannya dengan *file digital*, pengguna yang ingin mendaftar paylater cukup dengan mempunyai minimal berupa KTP (Kartu Tanda Penduduk), pengguna paylater memungkinan mendapatkan promo- promo menarik dari perusahaan, pengguna bisa merasa aman dalam transaksi dikarenakan mayoritas seluruh perusahaan yang memiliki paylater sudah diawasi langsung oleh OJK, tenor yang diberikan oleh penyedia paylater memiliki banyak ragam mulai dari 1- 12 bulan, dan para pengguna paylater tidak perlu *top-up* dana yang ingin dipakai dikarenakan paylater menggunakan limit saldo.

Selain dari keuntungan- keuntungan yang didapat pengguna paylater menurut (Hadijah, Aplikasi Layanan Pay Later Makin Diminati, Yuk Cek Keuntungan dan Kerugiannya, 2019) terdapat kekurangan dalam penggunaan paylater seperti para pengguna mempunyai potensi untuk menjadi konsumtif dalam melakukan pembelian barang, pengaturan keuangan pengguna bisa menjadi berantakan dikarenakan pengguna menjadi tergiur atau tertarik dengan adanya diskon- diskon atau promo yang diberikan,

memungkinkan nilai skor kredit pengguna menurun jika pengguna tidak membayarkan tagihan dalam jangka waktu yang telah ditentukan dikarenakan semua data terkoneksi, selain itu pengguna paylater mempunyai ancaman terhadap bocornya data diri pengguna dan tidak menutup kemungkinan pengguna mempunyai potensi mendapatkan tindakan kriminal, dan bunga- bunga yang diberikan oleh pihak paylater bisa menjadi lebih besar tergantung perusahaan yang menyediakan paylater.

Munculnya sistem paylater membuat Fintech saat ini mempopulerkan produk paylaternya. Beberapa fintech yang memiliki paylater adalah Ovo PayLater dan Kredivo. Ada pula startup pada bidang jasa yang mengeluarkan layanan paylater, seperti Traveloka PayLater dan Berikutnya Gojek yang mengeluarkan Gojek PayLater. (Hamdani, 2019)

Beberapa perusahaan yang sudah mengeluarkan fitur paylater berikut perbandingan antar fitur- fitur yang diberikan ke konsumen.

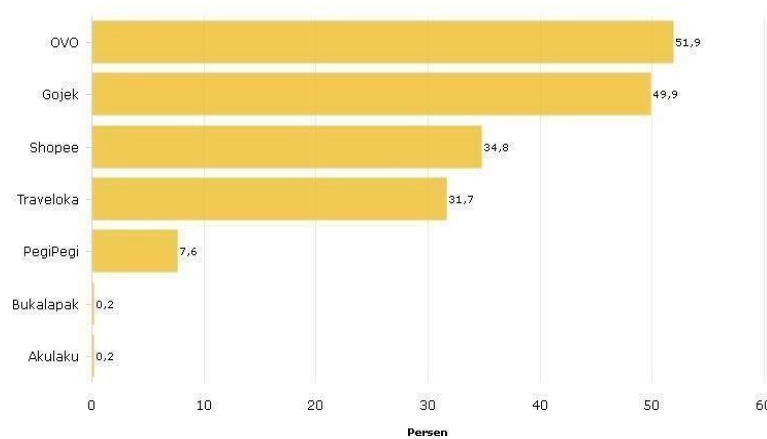
OVO Paylater	<ul style="list-style-type: none"> • OVO PayLater baru tersedia untuk pengguna yang berlokasi di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, dan Surabaya dengan umur akun minimal 6 (enam) bulan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna akan dikenakan Biaya Layanan oleh OVO PayLater untuk pemakaian Kredit Limit yang ditetapkan sebesar 5.00% dari nilai transaksi. • OVO Paylater memberikan pilihan tenor: <ul style="list-style-type: none"> 3 bulan 6 bulan 12 bulan.

Gopaylater	<ul style="list-style-type: none"> • pengguna yang dipilih dan diundang oleh Gojek yang mendapatkan fasilitas produk PayLater. • Cara kerja produk GoJek PayLater adalah saat mendapatkan fasilitas GoJek PayLater Anda mendapat limit, yaitu Rp 500,000.
Shopee	<ul style="list-style-type: none"> • Shopee PayLater. Solusi pinjaman instan hingga Rp750.000 yang memberikan kemudahan untuk bayar dalam 1 bulan tanpa bunga atau dengan fasilitas cicilan hingga bisa 2 dan 3 bulan tanpa memerlukan kartu kredit, sesuai dengan limit ShopeePayLater pengguna.
Buka Lapak	<ul style="list-style-type: none"> • Pembeli akan dikenakan biaya pelayanan sebesar 5% untuk setiap transaksi pembelian, dimana biaya pelayanan akan dipotong langsung dari kredit limit pembeli.

	<ul style="list-style-type: none"> • Metode BayarNanti memiliki tanggal jatuh tempo tagihan pada tanggal 28 di setiap bulannya. • Jika pembeli melakukan pembayaran tagihan melebihi tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan, maka pembeli akan dikenakan biaya keterlambatan* yang akan disesuaikan dengan jumlah kredit limit yang diterima. <ul style="list-style-type: none"> *Rp5.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp1.000.000. *Rp10.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp2.000.000. *Rp15.000 per hari untuk kredit limit sebesar Rp3.000.000.
Pegipegi	<ul style="list-style-type: none"> • pembayaran tanpa minimum transaksi dan maksimum transaksi hingga Rp3.000.000 dengan bunga 0% hingga pembayaran melalui cicilan 3, 6, dan 12 bulan yang berlaku untuk transaksi di atas Rp1.000.000 dengan bunga 2.95% per bulan.
Akulaku	<ul style="list-style-type: none"> • Pinjaman Rp 1,000,000 juta, terima di rekening Rp 1,000,000 dengan kewajiban pengembalian Rp 1,117,000 untuk tenor 30 hari. Bunga hingga 11.7% atau 0.39% per hari • Pinjaman Rp 500,000 juta, terima di rekening Rp 500,000 dengan kewajiban pengembalian Rp 577,000

	untuk tenor 30 hari. Bunga hingga 15.4% atau 0.51% per hari
Traveloka	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah transaksi pengguna memiliki minimum sebesar Rp.500.000 ke atas dan pilih opsi cicilan setidaknya harus Rp.100.000 per bulan. • Bunga Pay Later yang ditetapkan adalah hingga 2.14% sd 4.78% per bulan. Adapun bunga tersebut berlaku flat atau rata untuk setiap bulannya. Dengan kata lain, bunga efektif hingga sekitar 4% sd 9% sebulan.

Tabel 1.2 Perbandingan Fitur Paylater



Gambar 1. 8Fitur Paylater yang Paling Banyak Digunakan (2019)

Sumber: Databoks

Dapat Dilihat dari gambar 1.8 menurut statistic databoks sepanjang 2019 fiturpaylater yang paling banyak untuk digunakan untuk bertransaksi yaitu ovo paylater dengan tingkat penggunaan sebesar 51.9%, diikuti oleh gojek paylater dengan tingkat penggunaan sebesar 49.9%, yang ke 3 shopee paylater dengan tingkat penggunaan sebesar 34.8%, ke-4 yaitu traveloka paylater dengan tingkat penggunaan sebesar 31.7%,

pada urutan ke -5 terdapat pegi- pegi paylater dengan tingkat penggunaan sebesar 7.6%, dan yang terakhir bukalapak paylater dan akulaku paylater dengan tingkat penggunaan sebesar sebesar 0.2%.

Bukalapak merupakan salah satu e-commerce besar yang ada di Indonesia menjadikan sebagai e-commerce dengan pengunjung terbesar di kuartal ke-3 2019 di urutan ke-3 dengan sebesar 42.9Juta pengunjung (E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019, 2019) dan menjadi top-3 e-commerce dengan nilai transaksi yang besar (Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee 2014-2023, 2019). Bukalapak mengeluarkan fitur paylater dengan nama BayarNanti dengan bekerja sama dengan Fintech Julo untuk digunakan di marketplace bukalapak, dan dapat digunakan oleh pembeli yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, dan Surabaya dengan ketentuan umur akun tidak kurang tadi 3 bulan.

Dengan data- data tersebut dapat disimpulkan Bukalapak mempunyai tingkat traffic website yang tinggi dan dapat mendorong para pembeli di Bukalapak menggunakan fitur paylater, namun jumlah pengguna Bukalapak Paylater tidak selaras dengan banyaknya traffic website yang didapat oleh Bukalapak. Oleh sebab itu peneliti ingin meneliti apakah faktor- faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceive Credibility, The Amount of Information About mobile Creditcards, Perceived expressiveness* mempengaruhi *Usage Intention* dalam menggunakan fitur “bayarnanti” pada bukalapak.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Perkembangan teknologi di zaman sekarang terus mengalami peningkatan pada penggunaan internet setiap tahunnya dan mengembangkan kemudahan dalam mengakses internet kepada setiap penggunanya. Fintech di Indonesia dapat dikatakan berkembang dengan cukup pesat sentuhan. Fintech merupakan teknologi yang dikembangkan terhadap

sektor finansial. Tujuan utamanya dalam industri fintech untuk membantu pemerintah dalam mendorong keuangan dengan memaksimalkan penggunaan teknologi di berbagai aspek pelayanan keuangan. Hingga saat ini jumlah Fintech di Indonesia yang sudah diawasi langsung oleh OJK sebanyak 150 Perusahaan. Seberjalannya perkembangan teknologi fintech menjadi salah satu solusi yang tepat dan cepat untuk mengatasi masalah transaksi sehari-hari. Dengan memberikan banyak dampak positif, Bank Indonesia mendukung adanya fintech dengan memberikan adanya regulasi- regulasi agar membuat industri fintech dapat berjalan dengan aman dan sesuai aturan.

Salah satu fitur Fintech payment yang sedang tren adalah fitur Paylater, semua perusahaan beramai- ramai untuk masuk ke segmen paylater. Awal mula paylater dibuat perusahaan pertama yang membuat fitur tersebut adalah Traveloka yang diaman ingin mempersingkat durasi konsumen saat memutuskan rencana pembelian tiket perjalanan beserta akomodasinya, tanpa khawatir dengan ketersediaan dana. Solusi yang sebenarnya bisa dijawab oleh kartu kredit. (Nabila, 2020)

Salah satu pembisnis yang ikut juga masuk dalam tren Paylater adalah salah satu e-commerce terbesar di Indonesia yaitu Bukalapak. Bukalapak menamakan paylaternya dengan nama “Bayarnanti”. Bayarnanti merupakan salah satu fitur paylater bukalapak yang bekerjasama dengan salah satu fintech di Indonesia yang bernama Julo. Dalam fitur ini bukalapak mempunyai tujuan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi menggunakan kredit limit yang diberikan bukalapak.

Pada fitur bayarnanti terdapat 3 jenis kredit limit yang ditawarkan seperti: Rp1.000.000 (satu juta rupiah), Rp2.000.000 (dua juta rupiah), Rp3.000.000 (tiga juta rupiah). Hal tersebut ini peneliti perhatikan mengapa bukalapak memiliki angka yang sangat kecil pada tahun 2019 dalam transaksi bayarnanti yang dimana bukalapak sendiri

mempunyai transaksi yang diperkirakan mencapai 70 Triliun sepanjang tahun 2019.

Melalui hal tersebut, melalui jurnal Hanudin Amin sebagai jurnal utama dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui dan melakukan penelitian terhadap apakah adanya faktor dalam pembayaran “bayarnanti” seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceive Credibility* *The Amount of Information About mobile Creditcards*, *Perceived expressiveness* memiliki pengaruh terhadap *Usage Intention* dalam menggunakan fitur “bayarnanti” pada bukalapak.

Perceived Usefulness adalah faktor pertama dalam penelitian ini yang dimana memiliki arti sejauh mana orang percaya dalam menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya (Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, 1985).

Perceived Ease of Use adalah faktor kedua dalam penelitian ini yang dimana memiliki arti sejauh mana orang percaya dalam menggunakan sebuah sistem akan terbebas dari sebuah usaha keras atau kesulitan.

Perceived Credibility adalah faktor ketiga dalam penelitian ini yang dimana memiliki arti sejauh mana orang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tidak akan memiliki ancaman keamanan atau privasi (Luarn, 2005).

The Amount of Information About mobile Creditcards adalah faktor keempat dalam penelitian ini yang memiliki arti pengalaman dan informasi yang cukup bagi seseorang untuk menggunakan suatu sistem, faktor utama rendahnya penggunaan suatu sistem dikarenakan kurangnya kesadaran akan suatu sistem (Pikkarainen, 2004).

Perceived expressiveness adalah faktor kelima dalam penelitian ini yang memiliki arti cara seseorang menggambarkan perasaannya tentang dalam menggunakan suatu sistem dan biasanya faktor ini lebih cenderung ke wanita dikarenakan wanita lebih mudah dalam

memberikan ekspresi disbanding pria (Herbjørn Nysveen., 2005).

Mengacu pada fenomena tersebut yang akan dibahas pada penelitian ini, maka peneliti ingin mengetahui apakah factor-faktor yang mempengaruhi fitur “bayarnanti” dengan variable *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceive Credibility* *The Amount of Information About mobile Creditcards*, *Perceived expressiveness* memiliki korelasi hubungan positif terhadap *Usage Intention* “Bayarnanti”. Oleh karena itu, peneliti menyusun beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah *Perceived Usefulness* mempunyai pengaruh positif terhadap *Usage Intention*?
- Apakah *Perceived Ease of Use* mempunyai pengaruh positif terhadap *Usage Intention*?
- Apakah *Perceived Credibility* mempunyai pengaruh positif terhadap *Usage Intention*?
- Apakah *Amount of Information About mobile Creditcards* mempunyai pengaruh positif terhadap *Usage Intention*?
- Apakah *Perceived Expressiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap *Usage Intention*?
- Apakah *Perceived Ease of Use* mempunyai pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap sistem pembayaran “bayarnanti” ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Usage Intention* “bayarnanti”

- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Usage Intention* “bayarnanti”
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Credibility* terhadap *Usage Intention* “bayarnanti”
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Amount of Information About mobile Creditcards* terhadap *Usage Intention* “bayarnanti”
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Expressiveness* terhadap *Usage Intention* “bayarnanti”
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* “bayarnanti”

1.4 Batas Penelitian

Dalam penelitian ini, ruang lingkup akan dibatasi berdasarkan cakupan dan kriteria yang relevan terhadap penelitian, dengan uraian sebagai berikut:

- Jumlah variable dalam penelitian akan terbatas pada 6 variabel, yaitu *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, Amount of Information About mobile Creditcards, Perceived Expressiveness, dan Usage Intention*

- Kriteria responden dalam penelitian ini mencakup pengguna yang sering melakukan *digital payment* dengan umur minimal 17 tahun, mengetahui fitur *paylater*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan referensi atau acuan kepada perusahaan untuk lebih mengembangkan strategi marketing yang mengarah pada peningkatan niat konsumen untuk menggunakan “bayarnanti”.

1.5.2 Manfaat Akademis

Peneliti menaruh harapan pada dunia pendidikan agar dapat berguna khususnya dalam menciptakan niat konsumen untuk menggunakan pembayaran “bayarnanti” saat melakukan transaksi di bukalapak. Selain itu peneliti berharap dengan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Penulis

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan untuk dapat mempelajari dan menganalisis factor-factor pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Credibility, Amount of Information About mobile Credit cards, Perceived Expressiveness*, dan *Usage Intention*.

1.6 Sistemmatika Penelitian Skripsi

Kerangka penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisi latar belakang yang membahas masalah yang timbul terhadap layanan kredit dan perkembangan digital payment dan kehadiran fitur baru dengan nama paylater di Indonesia, serta fitur baru yang diluncurkan oleh bukalapak untuk mempermudah dalam membeli barang kepada masyarakat di Indonesia sehingga dilakukan penelitian yang memiliki tujuan penelitian hingga manfaat yang

diharapkan dari sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang digunakan oleh peneliti terdahulu yang digunakan sebagai acuan untuk membahas pokok permasalahan dari penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum terhadap objek penelitian, model penelitian yang digunakan, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, dan prosedur pengambilan sampel serta teknik yang digunakan untuk menganalisa rumusan masalah dalam penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti menyajikan data responden dan bagaimana peneliti menganalisa dan menghubungkan data tersebut berdasarkan teori-teori yang terkait dengan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari peneliti terhadap objek yang diteliti.