

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Financial Technology

2.1.1 Pengertian Financial Technology

Financial technology adalah sistem keuangan yang terintegrasi dengan teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru yang dapat mempengaruhi stabilitas moneter, sistem keuangan serta efisiensi dan keamanan sistem keuangan terutama pada proses pembayaran (Granita, 2020) Selanjutnya menurut Christiana (2021) menyatakan bahwa *financial technology* adalah finansial berbasis teknologi yang menawarkan kemudahan dalam penggunaan dengan mengembangkan inovasi aplikasi, produk dan model untuk keperluan jasa keuangan. Menurut Pratiwi (2022) tujuan utama *fintech* yaitu untuk meminimalisir adanya biaya - biaya operasional tambahan yang muncul, selain itu dengan adanya *fintech* ini membantu memaksimalkan penggunaan teknologi, mengubah serta mempercepat pelayanan dalam bidang keuangan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi finansial adalah sistem keuangan dengan berbasis teknologi yang menawarkan produk hingga layanan dibidang keuangan yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna serta dapat meminimalisir biaya dan mempercepat pelayanan dalam bidang keuangan.

2.1.2 Jenis – Jenis Financial Technology

Fintech menawarkan berbagai layanan dan produk yang dapat dimanfaatkan masyarakat. Menurut Bank Indonesia, *fintech* dibagi menjadi empat kategori (Granita, 2020) yakni:

1. Pinjaman *peer-to-peer* (P2P) dan *crowdfunding*

Pinjaman P2P dan *crowdfunding* merupakan salah satu pasar keuangan. *Platform* ini dapat mempertemukan pihak - pihak yang membutuhkan dana dengan pihak - pihak yang memberikan dana dalam bentuk modal atau penyertaan. Proses P2P *lending* dapat dilakukan dengan mudah karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja karena terdapat dalam satu *platform online*.

2. Manajemen risiko investasi

Dalam jenis *fintech* ini, Investor dapat mengetahui situasi keuangan dan dapat membuat perencanaan keuangan. Jenis manajemen risiko investasi ini sudah tersedia dan dapat digunakan melalui *handphone*. Pengguna hanya perlu memberikan data - data yang diperlukan untuk bisa mengontrol keuangan.

3. *Payment, Clearing, dan Settlement*

Merupakan jenis *fintech* yang menawarkan layanan pada sistem pembayaran yang diselenggarakan oleh industri perbankan maupun Bank Indonesia. Produk yang saat ini banyak digunakan pada jenis *fintech* ini yaitu dompet *digital* atau yang biasa disebut dengan *e-wallet*.

4. *Market Aggregator*

Jenis *fintech market aggregator* merupakan sebuah situs yang dapat diakses masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi keuangan untuk disajikan kepada masyarakat atau pengguna. Biasanya *fintech* jenis ini banyak memuat informasi mengenai produk - produk keuangan.

2.1.3 Keuntungan Financial Technology

Perkembangan *fintech* di Indonesia mempunyai banyak keuntungan, menurut Bank Indonesia, fungsi *fintech* adalah:

Bagi konsumen, *fintech* membawa keuntungan:

- a) Mendapatkan pelayanan yang baik dan cepat
- b) Lebih banyak pilihan produk yang dapat digunakan
- c) Harga lebih terjangkau

Bagi pelakunya, *fintech* menawarkan keunggulan:

- a) Mempermudah rantai transaksi antara pengguna dan pemberi layanan
- b) Mengurangi biaya pengiriman, biaya operasional dan biaya investasi
- c) Membekukan arus informasi

2.2 Paylater

2.2.1 Pengertian Paylater

Seiring berkembangnya teknologi saat ini, sistem pembayaran juga mengalami perubahan, yang sebelumnya dari kertas hingga saat ini bersifat *digital*. Sistem pembayaran *digital* yang populer digunakan saat ini adalah *paylater*, *paylater* merupakan salah satu jenis pembayaran kredit *online*, sistem pembayaran *paylater* hampir sama dengan kartu kredit namun dalam *paylater* tidak terdapat kartu dan proses pengajuannya tergolong mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. *Paylater* dikembangkan oleh perusahaan *fintech* yang dan kemudian berintegrasi dengan *e-commerce* dalam menyediakan fitur *paylater*. *E-commerce*

yang pertama kali memperkenalkan layanan *paylater* di Indonesia adalah traveloka (Sari, 2021)

Paylater adalah salah satu bentuk pinjaman *peer-to-peer* atau biasa dikenal dengan P2P *lending* melalui *platform fintech lending* dengan sistem pembayaran ‘bayar nanti’ (Nirmalapurie 2020). Dengan kata lain, debitur diberikan pinjaman dengan jangka waktu tertentu dari *non-bankir* kemudian membayar tagihan sesuai dengan *invoice* pinjaman yang digunakan. Dalam fitur *paylater* pengguna dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar pada saat jatuh tempo, baik secara mencicil maupun membayar penuh (Asja, 2021) Berdasarkan studi yang dilakukan Eka pada tahun 2020 dalam (Linuwih, 2022) terdapat tujuh layanan *paylater* yang terintegrasi dalam lima belas *e-commerce* terpopuler di Indonesia sepanjang Q2 2020, yaitu:

a. Kredivo

Kredivo merupakan layanan *paylater* yang terintegrasi dengan beberapa situs *e-commerce* yaitu Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia, JD.id, Ralali, iLotte, Jakmall, Bhinneka, Matahari.com, Fabelio, Sociolla. Syarat untuk mengajukan penggunaan *paylater* adalah harus berusia minimal 18 tahun, memiliki penghasilan tetap minimal Rp. 3.000.000 per bulan, KTP elektronik dan NPWP. Bunga yang dikenakan jika menggunakan *paylater* adalah sebesar 0 persen (tetap, untuk tiga puluh hari), 2,6 persen (tetap). Pilihan jangka waktu pinjamannya beragam yaitu satu, tiga, enam dan 12 bulan.

b. Akulaku

Akulaku terintegrasi dengan empat situs *e-commerce* yaitu Bukalapak, Blibli, JD.id, Alfacart. Mengenai dokumen yang dipersyaratkan yaitu harus berusia minimal 23 tahun, memiliki KTP elektronik dan dokumen lainnya seperti NPWP, rekening koran atau dokumen gaji. Bunga dibebankan antara 3,2 persen dan 4,5 persen. Ada beberapa jangka waktu pinjaman yang bisa dipilih yaitu satu, dua, tiga, enam, sembilan dan 12 bulan.

c. *Home Credit*

Home credit terhubung dengan *e-commerce* Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Bhinneka. Syarat untuk mengajukan *paylater* minimal harus berumur 21 tahun atau 19 tahun jika sudah menikah, penghasilan minimal Rp. 1.500.000 per bulan, KTP elektronik dan dokumen lain seperti NPWP, rekening koran, slip gaji atau BPJS TK, bunga yang dibebankan mulai dari 2,49 persen sampai dengan 3,99 persen. Pilihan jangka waktu pinjaman *Home Credit* yaitu tiga, enam, sembilan dan 12 bulan.

d. Kreditmu

Kreditmu adalah layanan *paylater* yang terhubung dengan Elevenia, JD.id, Bhinneka. syarat pengajuan *pay later* di kreditmu yaitu dengan menyerahkan foto KTP asli, slip gaji, foto sampul buku tabungan yang memperlihatkan adanya transaksi selama tiga bulan yang terakhir (untuk pengusaha). Bunga yang dibebankan mulai dari 1,5 persen dan pilihan jangka waktu pinjaman tiga, enam dan 12 bulan.

e. Indodana

Indodana adalah layanan *paylater* yang telah terhubung dengan *e-commerce* Blibli dan Elevenia, dengan syarat pengajuan *paylater* harus berusia antara usia 17 hingga 55 tahun, memiliki penghasilan tetap minimal Rp. 3.500.000 per bulan dan sudah bekerja minimal tiga bulan, KTP elektronik. Bunga pinjaman yang dibebankan adalah 2 persen hingga 4 persen dengan pilihan jangka waktu pinjaman satu, tiga, enam dan 12 bulan.

f. *Shopee Paylater*

Shopee paylater hanya terhubung dengan *e-commerce* shopee saja dengan ketentuan pengajuan *paylater* yaitu akun shopee telah terverifikasi minimal tiga bulan dan KTP elektronik. Bunga yang dibebankan mulai dari 2,95 persen dengan pilihan jangka waktu pinjaman satu, tiga, enam, dan 12 bulan.

g. *Atome*

Atome hanya terhubung dengan *e-commerce* JD.id. Syarat pengajuan pada aplikasi *Atome* yaitu minimal berusia 18 tahun hingga 55 tahun, memiliki KTP elektronik dan NPWP. Bunga yang dibebankan yaitu 3,33 persen (*fixed*) dengan pilihan jangka waktu pinjaman tiga dan enam bulan

2.2.2 Keunggulan *Paylater*

Selain kemudahan yang ditawarkan, *paylater* menjadi alternatif pembayaran yang saat ini populer di kalangan generasi Z. Menurut Supatminingsih (Supatminingsih, 2023), memiliki manfaat sebagai berikut :

a. Prosedur dan prosesnya cepat

Pembayaran menggunakan fitur *paylater* memberikan kemudahan, apabila ketika dalam kondisi mendesak. Contohnya, ketika membutuhkan biaya untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dan tidak terdapat dana yang cukup untuk memenuhinya.

b. Jangka waktu yang bervariasi

Preferensi dan kapasitas pengguna dapat dipertimbangkan saat memilih jangka waktu pinjaman (pembelian). Jangka waktu *paylater* berkisar antara satu bulan hingga dua belas bulan di berbagai *e-wallet* dan *e-commerce*. Bunga dapat semakin kecil ketika jangka waktu yang dipilih semakin pendek. Kenyataannya, beberapa toko *online* mengenakan biaya bunga 0 persen kepada pengguna yang memilih durasi satu bulan.

c. Promo yang menarik

Semakin banyak *e-commerce* yang memberikan promosi menarik kepada pelanggan yang menggunakan fitur *paylater* saat berbelanja karena fitur tersebut semakin banyak diadopsi.

2.2.3 Risiko Paylater

Selain manfaat, fitur *paylater* tidak terlepas dari faktor resiko yang diterima oleh pengguna, seperti yang tercantum dalam Supatminingsih (Supatminingsih, 2023) yaitu :

a. Biaya Tambahan dan Bunga

Paylater menawarkan pembeli untuk belanja terlebih dulu kemudian menambahkan biaya tambahan dan bunga, sehingga total pembayaran nantinya

bergantung pada tenor yang dipilih oleh pengguna, semakin lama tenor yang dipilih maka bunga yang dibayar juga semakin banyak.

b. Meningkatkan Sifat Konsumtif

Sifat konsumtif biasanya meningkat setelah berhasil melakukan pembayaran dengan fitur *paylater*. Kemudian secara otomatis limit akan berkurang sesuai dengan nominal belanja yang dilakukan. Limit kredit dapat bertambah jika fitur sering digunakan dan tidak ada keterlambatan pembayaran.

c. Pengelolaan Keuangan Tidak Terkontrol

Semakin banyak transaksi yang dilakukan menggunakan fitur *paylater*, semakin tinggi pula jumlah cicilan yang harus dibayarkan ketika tagihan jatuh tempo. Sehingga beban keuangan akan semakin tinggi dan tidak terkontrol.

d. *Multiple Paylater*

Fitur *paylater* memiliki limit tertentu sehingga pengguna hanya bisa berbelanja sesuai dengan limit yang disetujui, hal ini menyebabkan beberapa pengguna memanfaatkan lebih dari satu *platform*, dengan begitu terutama ketika batas limitnya sudah habis, tentunya membutuhkan *platform* lain untuk melakukan pembelian. Dengan begitu jumlah tagihan bulanan akan bertambah.

e. Denda Keterlambatan Pembayaran

Keterlambatan pembayaran akan dikenakan denda sesuai dengan ketentuan yang sudah disetujui oleh pihak *paylater* dan pengguna. Sebelum memilih menggunakan fitur *paylater*, alangkah baiknya membaca dan memahami ketentuan-ketentuan yang diterapkan terlebih dahulu. Terutama terkait dengan

bunga yang ditambahkan ke setiap tagihan bulanan dan denda yang dikenakan untuk keterlambatan pembayaran.

2.3 Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2019), promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari promosi yakni menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi serta mengingatkan konsumen mengenai perusahaan dan produknya serta memberikan kepuasan konsumen. Menurut Hurriyati (Hurriyati, 2019) ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan lebih rinci sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*informing*) yaitu menginformasikan kepada pasar mengenai keberadaan produk baru, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan serta kekhawatiran pembeli mengenai produk tersebut, dan juga membangun citra perusahaan.
2. Membujuk konsumen sasaran (*persuading*) untuk mengalihkan pilihan pembeli ke produk yang ditawarkan perusahaan, mengubah persepsi pembeli mengenai atribut produk, mendorong pembeli untuk mempunyai niat untuk membeli produk tersebut.

3. Mengingatkan (*reminding*) terdiri atas mengingatkan pembeli mengenai tempat yang menjual produk perusahaan, mengingatkan pembeli bahwa produk tersebut dibutuhkan dalam waktu dekat, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli untuk jatuh pada produk perusahaan.

2.4 Persepsi

Persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut juga dengan proses sensoris, kemudian proses stimulus dilanjutkan melalui proses selanjutnya yaitu proses persepsi. Persepsi merupakan proses yang terintegrasi dalam diri individu terhadap stimulus yang diterimanya. Persepsi juga dapat dipahami dengan mengorganisasikan, penginterpretasian terhadap stimulus yang diindera seseorang sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan respon yang terintegrasi dalam diri individu (Saleh, 2018)

2.5 Generasi

Pratiwi (2022) mengatakan bahwa generasi merupakan sekelompok individu yang di klasifikasikan berdasarkan tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh yang signifikan dalam fase pertumbuhan. Dalam teori generasi, sampai saat ini terdapat lima kelompok generasi yaitu :

1. Generasi *baby boomer*, yaitu orang yang dilahirkan pada tahun 1946 hingga 1964
2. Generasi X, yaitu orang yang dilahirkan pada tahun 1965 hingga 1980
3. Generasi Y atau generasi milenial, yaitu generasi orang yang dilahirkan pada tahun 1981 hingga 1994

4. Generasi Z, yaitu orang yang dilahirkan pada tahun 1995 hingga 2010
5. Generasi Alpha, yaitu orang dilahirkan pada tahun 2011 hingga 2025 mendatang.

Menurut Fitriana (2022) Generasi Z juga dikenal sebagai *iGeneration*, *Net Generation* atau generasi internet, yang berarti masyarakat yang hidup di era *digital*. Generasi Z berbeda dengan dua generasi sebelumnya dalam perilaku dan kepribadian. Dijelaskan lebih lanjut gaya hidup Generasi Z adalah :

1. *Insinyur Savvy* Generasi Z terbiasa menggunakan teknologi informasi, termasuk berbagai perangkat, laptop atau aplikasi, dan dikenal sebagai generasi yang nyaman secara *digital*. Mereka dapat dengan cepat dan mudah mengingat semua informasi yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari - hari dan tujuan pendidikan.
2. Jejaring sosial Generasi Z adalah *Facebook*, *Twitter*, SMS, BBM, dan sebagainya. Berkomunikasi dengan orang dan teman tidak hanya di satu wilayah atau negara tetapi juga di wilayah dan negara lain saja tidaklah cukup. Generasi Z juga lebih toleran terhadap perbedaan budaya dan lingkungan.
3. *Multitasking*, Generasi Z terbiasa melakukan banyak hal berbeda dalam waktu bersamaan. Mereka dapat membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan musik secara bersamaan. Mereka suka melakukan sesuatu dengan cepat dan rapi, menghindari penundaan atau terlalu banyak kerumitan.

2.6 E-commerce

E-commerce mengacu pada distribusi, pembelian, penjualan dan penjualan produk dan jasa melalui sarana elektronik seperti Internet atau televisi, WWW atau jaringan komputer lainnya (Armando, 2022). *E-commerce* dapat mencakup *transfer*

uang elektronik, pertukaran data elektronik, sistem komoditas sistem pengumpulan data otomatis dan otomatis. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *e-commerce* adalah pembelian produk atau jasa melalui sistem informasi yang menggunakan teknologi internet.

E-commerce merupakan *platform* aktifitas interaksi antara pembeli dan penjual dalam melakukan proses jual beli, dalam *platform e-commerce* juga digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan, seperti harga, spesifikasi, hingga melakukan perbandingan harga antara satu toko dengan toko yang lainnya tanpa harus bertatap muka atau dapat dilakukan secara online.

Menurut Damayanti (2022) ada lima konsep dasar yang dimiliki oleh *e-commerce*, yaitu :

1. *Automation*, yaitu transformasi proses bisnis yang pada awalnya bersifat manual menjadi proses otomatis atau yang disebut dengan konsep *enterprise resource planning*.
2. *Streamlinings* atau *integration*, yaitu proses integrasi untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien atau yang disebut dengan konsep *justfin time*.
3. *Publishing*, yaitu dengan memberikan ruang dengan kemudahan untuk dapat mempromosikan produk dan jasa yang diperjualbelikan atau yang disebut dengan konsep *electronic cataloging*.
4. *Interaction*, yaitu proses pertukaran informasi antar pelaku bisnis dengan meminimalisirkan *human error* atau yang disebut dengan konsep *electronic data interchange*.

5. *Transaction*, yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk bertransaksi melalui pihak ketiga sebagai lalu lintas pembayaran atau yang disebut dengan konsep *electronic payment*.

