

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Ada banyak penelitian yang dilakukan di tahun-tahun sebelumnya terkait dengan tema *Paylater* yang bisa dijadikan sebagai referensi dalam penelitian saya antaranya yaitu Penelitian Sofiyanti, Dkk (2022) menggunakan variabel Independen literasi keuangan (X1) dan variabel Dependen keputusan belanja (X2) dengan populasi yaitu mahasiswa ekonomi. Yang menunjukkan hasil bahwa mahasiswa ekonomi memiliki literasi keuangan yang berpengaruh dalam keputusan belanja pada hidupnya.

Namun berbeda dengan penelitian oleh Qurrota dan Krisnawati (2019) tentunya dengan variabel independennya literasi keuangan (X1) dan variabel dependennya perilaku konsumtif generasi milenial di Bandung (X2). Generasi milenial di Bandung yang berusia 19-38 akan menjadi populasi dalam penelitian ini. Menyimpulkan bahwa generasi milenial buruk dalam mengatur literasi keuangan. Khususnya dalam berbelanja sehingga banyak kebutuhan utamanya tidak terpenuhi.

Penelitian oleh Purnamasari, Dkk (2021) yang didalamnya berisi variabel independen yaitu *Perceived ease of use* (X1), *Perceived usefulness* (X2), *Perceived risk* (X3), *Brand image* (X4) dan variabel dependennya yaitu Keputusan pembelian menggunakan metode *paylater* (Y). Dengan sampel 100 orang dengan kualifikasi yaitu orang yang menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater* dan menunjukkan hasil adanya

pengaruh positif variabel tersebut terhadap minat penggunaan fitur paylater. Ada juga dengan hasil sebaliknya yaitu penelitian yang diteliti oleh Badri, Dkk (2022). Dengan variabel independen yaitu *Perceived ease of use* (X1), *Perceived usefulness* (X2), *Attitude* (X3), *Subjective norm* (X3) dengan variabel dependen yaitu Minat penggunaan aplikasi *fintech paylater* (Y). Sampel yang dia dapat sebanyak 100 responden dari populasi yaitu seorang muslim dengan usia diatas 18 tahun yang aktif melakukan pembayaran secara *paylater*. Memperoleh hasil variabel kebergunaan justru tidak berpengaruh pada sikap penggunaan *fintech payment*.

Penelitian oleh Ayu (2022) yang didalamnya terdapat variabel independen yaitu Kualitas layanan (X1), Kepercayaan (X2) dan ada variabel dependennya yaitu Minat pengguna (Y). Dihasilkan dengan mengumpulkan sebanyak 96 responden dengan populasi yaitu konsumen yang telah menggunakan atau yang sedang menggunakan *Shopee paylater*. Menemukan bahwa hal itu secara signifikan dan berpengaruh dalam minat penggunaan *Shopee paylater*. Berbeda dengan penelitian Asri dan Dwiayanto (2022) dengan 3 variabel yaitu independen (Kualitas layanan), mediasi (Kepuasan pelanggan) dan dependen (Loyalitas pelanggan). Yang telah memperoleh responden sebanyak 158 dengan populasi masyarakat kota Semarang yang telah mencoba produk UMKM Jamu Putri Ayu. Yang hasilnya variabel kualitas layanan ternyata tidak memiliki pengaruh pada minat beli seseorang.

2.2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

NO	Variabel Independen	Peneliti	Hasil Penelitian
1	Literasi Keuangan (X1)	1. Sofiyanti (2022)	1. Menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan oleh literasi keuangan dengan keputusan belanja.
		2. Qurrota A'yun (2019)	2. Bahwa generasi Z saat ini buruk dalam mengatur literasi keuangan.
2	Manfaat (X2)	1. Purnamasari, dkk (2021)	1. Variabel manfaat yang diteliti oleh Purnamasari menunjukkan adanya pengaruh positif dalam ketertarikan penggunaan fitur <i>paylater</i> .
		2. Badri, dkk (2022)	2. Variabel Manfaat tidak berpengaruh pada sikap penggunaan <i>fintech payment</i>
3	Kualitas Layanan (X3)	1. Ayu (2022)	1. Hasil dari penelitian tersebut mendapatkan pengaruh positif antara variabel kualitas layanan dengan minat orang untuk menggunakan <i>Paylater</i>
		2. Asri dan Dwiayanto (2022)	2. Variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh pada minat beli seseorang.

2.2. Technology Acceptance Model (TAM)

Pengertian TAM sebuah pola yang berisi beberapa kerangka kerja untuk menilai berbagai pengaruh yang mungkin ada dalam pandangan seseorang untuk menilai dan menggunakan suatu teknologi baru (Putri dkk., 2023). Tujuannya yaitu untuk memaparkan suatu penjelasan lalu

memperkirakan penerimaan pengguna informasi mengenai suatu sistem informasi (Permana dan Elsiani, 2020).

Teori ini cocok dengan penelitian ini dikarenakan membahas faktor yang mungkin berpengaruh terhadap suatu teknologi seperti yang dipaparkan Zhang et al (2020) Teori *TAM* merupakan teori yang berisi cara atau model yang sering digunakan untuk menentukan elemen yang mempengaruhi penerimaan teknologi tersebut apakah sudah diterima dengan baik dan termasuk perilaku si penggunanya. Begitupun dengan pendapat Widyaningrum & Theotista (2023) yang mengatakan Teori *TAM* ini sering di penelitian yang ingin melihat seberapa jauh dan bagaimana penerimaan pengguna teknologi.

2.2.1 Minat Menggunakan *Paylater*

Minat merupakan sebuah pemikiran yang mengarah ke suatu keinginan yang akan mencu ke tindakan untuk ingin mewujudkan keinginan tersebut tanpa paksaan atau campur tangan dari orang lain. Secara garis besar minat merupakan hal awal yang berpengaruh pada diri kita, karena dengan munculnya minat maka kemungkinan besar kita akan melakukan sesuatu tersebut (Slameto, 2010:57). *PayLater* sama dengan proses pembayaran menggunakan kartu kredit, perbedaannya adalah *PayLater* lebih mudah digunakan dan diakses. Cara kerja dan secara teori memang sama, seperti bisa membeli terlebih dahulu namun membayar nanti atau bisa dengan cara mencicil per bulan.

Menurut Sari (2021) *PayLater* merupakan pembaharuan layanan pembayaran secara online dari perusahaan keuangan yang kemudian

kerjasama melalui *E-Commerce* agar bisa digunakan dalam *E-Commerce* tertentu. Jadi minat menggunakan *paylater* sendiri bisa disimpulkan suatu dorongan yang muncul agar memilih menggunakan *paylater* (Dewi & Tarigan, 2022)

2.2.2 Literasi Keuangan

Menurut Vitt (2000) mengatakan literasi keuangan adalah cara kita memanfaatkan atau memakai pemasukan kita sebaik mungkin dan memanage pengeluaran guna untuk pengaruh kesejahteraan di masa mendatang. Tentunya ketika literasi keuangan kita terjaga, kemungkinan besar akan kecil mendapatkan masalah dalam keuangan. Menurut Margaretha & Pambudhi (2015) menjelaskan bahwa faktor krisis keuangan tidak cuma dari minimnya pemasukan saja, melainkan juga timbul karena penggunaan kredit, tidak ada rencana keuangan pada bulan mendatang, terlalu boros dan masih banyak lagi.

Oleh sebab itu hal yang mendasar perlu kita ketahui adalah pengetahuan mengenai keuangan. Yang fungsi khususnya adalah membantu mengatur keuangan secara pribadi dan dapat memaksimalkan nilai uang tersebut secara teratur (Margaretha & Pambudhi 2015). Beberapa topic yang dibahas disini adalah mengenai pengetahuan ekonomi dasar, hutang piutang dan bunganya. Putri dkk (2023) mendapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan dalam penelitiannya berpengaruh positif terhadap penggunaan *SPayLater*.

2.2.3 Manfaat

Manfaat dari suatu teknologi adalah hasil positif atau kemudahan yang dicapai oleh pengguna teknologi tersebut (Davis, 1989). Manfaat ini berupa peningkatan produktivitas, inovasi, perbaikan kualitas, dan pengurangan biaya. Jika pihak pengguna percaya bahwa teknologi tersebut mudah dan memberikan manfaat, maka dia akan memakai teknologi itu (Asja, dkk 2021).

Purnamasari, dkk (2021) dan Jogiyanto (2008) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah hal penting bagi seseorang untuk mengambil keputusan guna ingin menggunakan teknologi baru. Manfaat dalam penelitian ini adalah membahas mengenai manfaat yang diperoleh dalam menggunakan *Paylater*.

2.2.4 Kualitas Layanan

Kualitas dalam suatu layanan merupakan faktor pemicu keunggulan dalam meningkatkan layanan tersebut dan dapat bersaing guna menarik pengguna (Asja, dkk 2021). Menurut Hana & Supriyadi (2019) kualitas layanan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh pemilik layanan guna membandingkan pelayanan yang sudah tersedia dengan pelayanan yang diinginkan para customer. Jadi disini saya menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan suatu tolak ukur dimana para owner untuk memaksimalkan pelayanan yang jauh lebih baik dan menjadi ajang untuk bersaing dengan pihak lawan.

Contohnya memberikan jaminan keamanan informasi atau memberikan keuntungan yang tidak dimiliki oleh layanan lain. Tentunya

bagi customer jika ingin menggunakan suatu layanan hal yang paling aman dan nyaman dilihat pertama kali adalah kualitas pelayanannya agar kita bisa dengan aman dan nyaman menggunakan layanan tersebut (Ayu, 2022)

2.3. Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan *PayLater*.

Jika membahas mengenai literasi keuangan di mahasiswa akuntansi atau seorang akuntan, pastinya mereka akan lebih paham. Namun tidak tertutup kemungkinan mereka juga bisa kesulitan dalam mengatur literasi keuangan mereka karena beberapa faktor, misalnya terlalu banyaknya kebutuhan namun minim penghasilan sehingga sulit untuk menutupi kebutuhan pokok dengan penghasilan yang terbatas tersebut.

Literasi keuangan adalah pemahaman dan keterampilan dalam mengatur keuangan secara baik dalam berbagai situasi, termasuk pengelolaan anggaran, pembelian kebutuhan, investasi, dan rencana keuangan mendatang (Vitt, 2000). Dalam teori TAM literasi keuangan masuk kedalam konstruk *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude toward the behavior*, dimana literasi keuangan dapat mempengaruhi sikap dalam pengambilan keputusan guna melakukan sesuatu.

Dalam penelitian yang dilakukan Putri dkk (2023), Silalahi (2020) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif untuk meningkatkan minat menggunakan *SPayLater*. Sedangkan dalam penelitian

Qurrota A'yun dan Krisnawati (2019) menyimpulkan bahwa generasi milenial buruk dalam mengatur literasi keuangan.

Berdasarkan hasil dari peneliti sebelumnya dan ditarik secara teori di paragraf sebelumnya, maka saya bisa menuliskan rumus hipotesis:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *PayLater*.

2.3.2 Pengaruh Faktor Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan *PayLater*.

Manfaat dari layanan pembayaran *Paylater* ini dapat mempermudah konsumen untuk memproses transaksi pembelian menjadi lebih mudah dan cepat. Misalnya ketika kita ingin berbelanja namun belum mengisi saldo, kita bisa tetap berbelanja dengan menggunakan *PayLater* yaitu belanja sekarang bayar bulan depan. Atau bahkan ketika kita ingin membeli barang tersebut namun keuangan kita belum terkumpul, bisa juga menggunakan *PayLater* dengan cara belanja sekarang dengan bayar di cicil tiap bulannya.

Menurut teori yang dipaparkan oleh Davis (1989) manfaat dari suatu teknologi adalah hasil positif atau kemudahan yang dicapai oleh pengguna teknologi tersebut. Manfaat ini berupa peningkatan produktivitas, inovasi, perbaikan kualitas, dan pengurangan biaya. Jika dilihat dari teori yang ada, maka variabel manfaat ini termasuk dalam kategori *perceived usefulness* yang ada pada teori TAM. Yang mana variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap meningkatnya minat seseorang.

Dalam penelitian yang dilakukan Asja, dkk (2021), Purnamasari, dkk (2021) menyimpulkan bahwa variabel manfaat memiliki pengaruh positif

terhadap niat menggunakan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Badri, dkk (2022) memperoleh hasil variabel kebergunaan justru tidak berpengaruh pada sikap penggunaan *fintech payment*.

Berdasarkan hasil dari peneliti sebelumnya dan ditarik secara teori diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis :

H2 : Manfaat penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *PayLater*

2.3.3 Pengaruh Faktor Kualitas Layanan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan *PayLater*.

Dalam sistem pembayaran *PayLater* pasti banyak berbagai pelayanan yang menarik konsumen agar tetap menggunakan layanan tersebut. Misalnya tempo pembayaran bisa dicicil sampai 12 bulan, semakin bertambahnya limit pinjaman ketika kita sering menggunakan layanan tersebut dan masih banyak yang lainnya.

Menurut Arna & Belang (2019) Kualitas layanan merupakan suatu trik guna meningkatkan keunggulan yang diinginkan serta cara mempertahankan keunggulan tersebut untuk memenuhi kepuasan konsumen. Begitu juga dengan variabel ini yang sama dengan variabel sebelumnya, dimana variabel tersebut masuk dalam kategori *perceived usefulness* pada teori TAM.

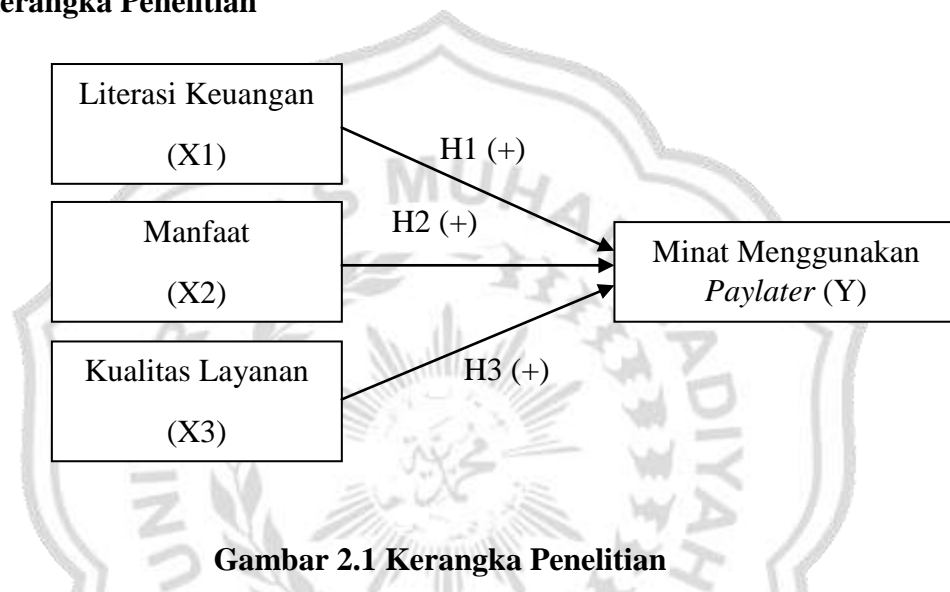
Penelitian sebelumnya oleh Hana dan Supriyadi (2019), dan Ayu (2022), telah menunjukkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi secara positif oleh kualitasnya suatu layanan. Namun penelitian dua tahun setelahnya memperoleh kesimpulan yang berbanding terbalik, dimana penelitian yang dilakukan oleh Asri dan

Dwiayanto (2022) dengan hasil variabel tersebut tidak memiliki pengaruh pada minat beli seseorang

Berdasarkan hasil dari peneliti sebelumnya dan ditarik secara teori di atas, oleh sebab itu saya mengembangkan hipotesis:

H3 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan *PayLater*.

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Dilihat dari kerangka penelitian yang ada di Gambar 2.1 diatas, dapat dilihat bahwa ada 4 hipotesis yang diketahui. Hipotesis pertama (H1) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Hipotesis kedua (H2) yaitu Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Dan hipotesis ketiga (H3) dimana Kualitas layanan juga berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater*.