

---

## Minat dan Penggunaan *Fintech PayLater* Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta

Gidion P. Adirinekso

Program Studi Manajemen Universitas Kristen Krida Wacana  
Jl. Tanjung Duren Raya No.4 Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Indonesia  
[gidion.adirinekso@ukrida.ac.id](mailto:gidion.adirinekso@ukrida.ac.id)

Diterima: 09-02-2021  
Disetujui: 16-06-2021  
Dipublikasi: 30-06-2021

---

### ABSTRAK

Pandemi Covid-19 melanda Indonesia, dan berdampak salah satunya bagi aktivitas sistem pembayaran. Sistem aplikasi *PayLater*, berkembang sebagai salah satu metode pembayaran dana talangan dari perusahaan. Dua perusahaan besar, Traveloka dan GoJek menawarkan sistem bayar nanti yang terkait dengan aplikasi mereka. Namun demikian hal yang sama ditawarkan oleh OVO untuk perusahaan yang bekerjasama dengannya. Ketika terjadi pandemi tersebut, apakah akan merubah minat dan penggunaan aplikasi *PayLater* tersebut? Penelitian ini mencari faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan penggunaan *PayLater* pekerja urban di DKI Jakarta. Berdasarkan *Unified Theory Acceptance and Use of Technology* generasi kedua (UTAUT2) sebagai landasan teori untuk mencari faktor-faktor tersebut dengan menggunakan PLS-SEM. Analisis Multi-Grup ditambahkan untuk melihat adanya perbedaan dari segi transaksi, jender, tipe generasi, masa pandemi. Terdapat 1201 pekerja kota di survey di Provinsi DKI. Kontribusi penelitian dari sisi analisis multi group, dan berimplikasi praktis bagi perusahaan Traveloka, GoJek dan OVO. Penelitian ini masih bisa dikembangkan dengan mempertimbangkan terjadinya *switching behavior* pekerja urban ketika muncul *fintech* baru dari sisi biaya, manfaat, dan waktu tenor. Hal kedua yang belum dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan data panel, dimana responden yang sama diamati pada periode sebelum, selama dan sesudah masa.

### Kata Kunci:

*PayLater; UTAUT2; Analisis Multi Grup.*

### ABSTRACT

*The Covid-19 pandemic hit Indonesia, and one of the impacts on payment system activities. The PayLater application system develops as a method of bailout payment from companies. Two large companies, Traveloka and GoJek, offer a later payment system associated with their application. However, OVO provided the same thing for companies that work with them. When a pandemic occurs, will it change the interest and use of the PayLater application? This study looks for factors that influence the part and use of PayLater for urban workers in DKI Jakarta. Based on the second generation of Unified Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) as a theoretical basis for finding these factors using PLS-SEM. The multi-group analysis shows any differences in terms of transactions, gender, type of generation during the pandemic. There were 1201 urban workers surveyed in DKI Province. The research contribution is in multi-group analysis and has practical implications for Traveloka, GoJek, and OVO companies. Another study should consider cost switching for urban workers when new fintech emerges in terms of costs, benefits, and tenor times. We can use panel data, where the same respondents are observed in the period before, during, and after the period.*

### Keywords:

*PayLater; UTAUT2; Multi Group Analysis.*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, Traveloka dan GoJek mampu menciptakan bisnis *start up* yang inovatif dan kreatif. *PayLater* adalah salah satu inovasinya. Fasilitas pembayaran ini memungkinkan konsumen membayar dengan mencicil, pembelian jasa transportasi dan akomodasi. Inovasi *PayLater* apakah akan diminati para pekerja urban ketika bertransaksi di Traveloka dan GoJek? Persoalannya apakah pekerja urban tersebut berminat menggunakannya?

Dalam perkembangannya fasilitas *PayLater* ini juga ditawarkan oleh perusahaan pembiayaan lainnya, misalnya OVO. Tabel 1 berisi perbandingan *PayLater* Traveloka, GoJek dan OVO.

**Tabel 1. Perbandingan *PayLater***

<b>Nama</b>	<b>Bunga</b>	<b>Tenor</b>	<b>Limit</b>
Traveloka <i>PayLater</i>	2,14 – 4,78 %	1 – 12 bulan	Rp 50 juta
GoJek <i>PayLater</i>	Rp 25 ribu	Tiap akhir bulan	Rp 500 ribu
OVO <i>PayLater</i>	2,9 %	3 – 12 bulan	Rp 10 juta

Sumber: Survei, 2020

Banyak faktor mempengaruhi minat menggunakan *PayLater*, baik sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Berbagai faktor yang mempengaruhi minat atas aplikasi *fintech* dan perilakunya telah dikembangkan oleh (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) dan diperbaharui oleh (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012).

Pandemi Covid-19 yang menerpa dunia, mungkin akan berdampak pada penerimaan dan penggunaan *PayLater* di Traveloka dan GoJek dibandingkan masa sebelumnya. Pandemi Covid-19 memaksa pekerja urban semakin berhati-hati menggunakan jasa transportasi umum. Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *PayLater* mungkin akan berbeda bagi pekerja pria dan wanita karena kebiasaan (habit) yang berbeda. Pekerja urban lintas generasi memiliki motivasi hedonis, harapan, upaya dan lingkungan sosial berbeda-beda terhadap penerimaan dan penggunaan *PayLater* dalam pembayaran.

Penelitian ini merujuk pada model evaluasi penerimaan dan penggunaan suatu aplikasi teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et.al (2012), sebagai perbaikan model sebelumnya (Venkatesh et.al, 2003). Apakah ada pengaruh faktor-faktor penerimaan dan penggunaan *PayLater* bagi pekerja urban ? Apakah ada perbedaan pengaruh faktor-faktor tersebut sebelum dan selama masa pandemi, antara pria dan wanita, antar generasi dan pengalaman pekerja urban terhadap minat menggunakan *PayLater*?

Model UTAUT2 sebagai modifikasi dari model UTAUT (Nanggala, 2020) yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk (2003). Model ini memaparkan pengaruh langsung ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku (Ramos, 2016) dan dampak dari kondisi fasilitasi dan niat perilaku terhadap perilaku pengguna. Lebih lanjut, Venkatesh dkk. (2012) menjelaskan bahwa modifikasi utama UTAUT untuk merumuskan model UTAUT2 adalah mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi, kemudian menyesuaikannya dalam konteks penggunaan oleh konsumen. Venkatesh dkk (2012) menambahkan tiga konstruk tambahan pada model UTAUT2 yaitu *Hedonic*

*Motivation, Price Value, dan Habit*, serta tiga variabel moderator yaitu Umur, Jenis Kelamin, dan Pengalaman. Dalam penelitian ini, variabel nilai harga tidak digunakan seperti oleh Venkatesh (2012).

Penelitian dengan menggunakan model UTAUT2 khususnya aplikasi *PayLater* yang disediakan oleh perusahaan sendiri dan oleh pihak ketiga telah dilakukan oleh Adirinekso, Purba dan Budiono (Adirinekso, Purba, & Budiono, 2020). Namun, penelitiannya tidak mengamati persoalan pandemic Covid-19 yang melanda di Indonesia.

Kim dan Lee (Kim & Lee, 2010) melakukan pengujian empiris terhadap faktor-faktor kepemilikan kas, kemudian pengaruh minat dalam menggunakan pembayaran mobile. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan sebagai prediktor kuat dari niat menggunakan *m-payment* (Rajagukguk, Samosir, Purba, Budiono, & Adirinekso, 2020).

Penelitian penggunaan teknologi penerbangan swalayan dengan menggunakan model UTAUT2 oleh Kim dan Kim (Kim H.-Y. K.-S., 2018) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja dan motif hedonis mempengaruhi kepercayaan awal konsumen, kemudian mempengaruhi minat dalam menggunakannya. Penelitian Mukminin, Rachman dan Wahyudi (Mukminin, Rachman, & Wahyudi, 2019) tentang *PayLater* di Traveloka memperlihatkan bahwa kinerja dan harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas mempengaruhi niat berperilaku. Model yang digunakan adalah UTAUT dari Venkatesh (2003), dan menggunakan regresi linier berganda, yang memiliki keterbatasan untuk digunakan dalam penelitian ini (Rajagukguk, Samosir, Purba, Budiono, & Adirinekso, 2020).

Nanggala (2020) mensurvei penggunaan *fintech* pembayaran dengan pendekatan *Modified Technology Acceptance Model* untuk persepsi keamanan web dari niat menggunakan *fintech*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived security web* mempengaruhi sikap terhadap *fintech*, kemudian niat menggunakan *fintech*. Sedangkan Nuriska dkk (Nuriska, Asakdiyah, & Setyawan, 2018) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi niat berperilaku dalam menggunakan GoPay dengan modifikasi model UTAUT2 di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebiasaan, Kondisi Fasilitas, dan Nilai Harga berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan GoPay. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Siahaan dan Legowo (Siahaan & Legowo, 2019).

Shao & Siponen (Shao & Siponen, 2011) menunjukkan bahwa perspektif ekonomi harus diperhatikan dalam melakukan analisis penerimaan konsumen dan penggunaan teknologi informasi serta efektivitas penerapan dan lebih produktif (Aileen, Widjaja, Purba, & G, 2019), Purba, Samuel, & Purba, 2020). Secara empiris mereka memperluas UTAUT2 dengan teori konsumsi yang ternyata memberikan penjelasan yang lebih baik daripada model UTAUT2. Shara dan Widodo (Shara & Widodo, 2018) melakukan penelitian di Bandung dengan model UTAUT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh ekspektasi kinerja terhadap sikap penggunaan *smartphone*, dan kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan *smartphone* (Adirinekso, Purba, Budiono, & Rajagukguk, 2020).

## **METODE RISET**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pelanggan Traveloka dan GoJek khususnya pekerja urban di DKI Jakarta. Mereka melakukan transaksi *online* di Traveloka dan GoJek. Metode *convenience sampling* digunakan untuk memilih sampel. Semua kuesioner yang berhubungan dengan variabel utama menggunakan pertanyaan tertutup dengan skala likert lima (Venkatesh, 2012). Skala likert dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena (Djaali, 2008).

Penelitian ini menggunakan variabel dan indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh (2003, 2012), dengan pernyataan yang disesuaikan dengan obyek penelitian, yaitu pembayaran di Traveloka dan GoJek. Untuk keperluan penulisan makalah ini, maka penulisan *PayLater* Traveloka, GoJek *PayLater* dan OVO *PayLater*, cukup dituliskan dengan *PayLater*. Namun dalam kuesioner yang diedarkan tetap dituliskan ketiga-tiganya. Variabel *Performance Expectancy* terdiri dari beberapa indikator: PE1: Menurut saya *PayLater* berguna untuk bertransaksi; PE2: Menggunakan *PayLater* meningkatkan peluang mendapatkan sesuatu yang penting bagi saya; PE3: Menggunakan *PayLater* membantu saya transaksi lebih cepat; PE4: *PayLater* meningkatkan efektivitas transaksi; PE5: *PayLater* meningkatkan efisiensi bertransaksi. Variabel *Effort Expectancy*: EE1: Mempelajari penggunaan *PayLater* mudah bagi saya; EE2: Interaksi penggunaan *PayLater* jelas dan dimengerti; EE3: Saya merasa mudah menggunakan *PayLater* dalam bertransaksi; EE4: Fasilitas *PayLater* memudahkan saya bertransaksi. Variabel *Social Influence*: SI1: Orang yang saya anggap penting menganggap saya harus menggunakan *PayLater*; SI2: Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan *PayLater*; SI3: Orang yang berpandangan bahwa saya memprioritaskan penggunaan *PayLater* dalam transaksi. Variabel *Facilitating Conditions*: FC1: Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan *PayLater*; FC2: Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan *PayLater*; FC3: *PayLater* sangat cocok untuk transaksi *online*; FC4: Saya akan mudah mendapatkan bantuan dari pihak lain jika saya kesulitan menggunakan *PayLater*. Variabel *Hedonic Motives*: HM1: Bagi saya menyenangkan menggunakan *PayLater*; HM2: Saya senang menggunakan fasilitas *PayLater*; HM3: Bagi saya pakai *PayLater* bisa meningkatkan transaksi. Variabel *Habit*: HT1: Pakai *PayLater* sudah menjadi kebiasaan saya bertransaksi *online*; HT2: Saya kecanduan pakai *PayLater*; HT3: Saya harus menggunakan *PayLater* saat bertransaksi; HT4: Menggunakan *PayLater* sudah menjadi kebiasaan yang wajar dalam bertransaksi. Variabel *PayLater Intention*: BI1: Saya cenderung terus menggunakan *PayLater* di masa mendatang; BI2: Saya akan selalu berusaha menggunakan *PayLater* dalam transaksi *online* saya sehari-hari; BI3: Saya berencana melanjutkan penggunaan *PayLater* dalam transaksi *online* lebih sering;.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM (Henseler, J; Ringle, C. M; Sinkovics, R. R , 2009) yang telah diterapkan dalam banyak penelitian pemasaran (McDaniel Jr & Gates, 2015). Ada 3 pertimbangan menggunakan PLS-SEM, yaitu pertimbangan awal, penilaian model

pengukuran dan penilaian model structural. Selain aspek asumsi distribusi yang harus diperhatikan, juga kekuatan statistik, dan *Godness of Fit*, maka untuk pertimbangan sampel dinyatakan bahwa jika populasi penelitian kecil akan membatasi besarnya sampel, misalnya penelitian *business-to-business*., tetapi PLS-SEM juga bekerja sangat baik dengan ukuran sampel yang besar (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019).

*Structural Equation Modeling* (SEM) saat ini digunakan untuk menutupi kelemahan metode regresi. SEM merupakan evolusi model persamaan regresi berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip psikologi dan sosiologi (Ghozali, 2014). SEM telah muncul sebagai bagian integral dari akademik, manajerial penelitian. Pendekatan indikator dalam penelitian ini adalah pendekatan reflektif, dimana indikator tersebut dapat mencerminkan variabel laten. Model reflektif menunjukkan bahwa setiap indikator merupakan pengukuran kesalahan yang dikenakan pada variabel tersembunyi (Anderson & Gerbing, 1988).

SEM dengan Analisis Multi Grup menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang terdiri dari tiga komponen yaitu model struktural, model pengukuran, dan skema pembobotan (Monecke & Leisch, 2012). SmartPLS 3.2.8 merupakan *software* yang menyajikan tampilan grafik dari *variance-based* dan *factor-based* SEM dengan menggunakan metode *partial least squares* dan *factor-based* kepada penggunaannya (Wong, 2013).

Uji *Outer model* dilakukan untuk memastikan pengukuran yang digunakan sesuai dengan ukuran (validitas konvergen dan diskriminan serta uji reliabel). Dalam pendekatan PLS-SEM, suatu pengukuran memenuhi validitas konvergen jika memenuhi: Parameter faktor pembebanan > 0,7; Parameter *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5; Parameter komunalitas > 0,5. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). Nilai AVE sebagai pengukuran validitas diskriminan lebih tinggi dari nilai korelasi kuadrat (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014). Secara praktis, pengukuran uji validitas diskriminan dirumuskan sebagai berikut: Parameter *root AVE* dan korelasi variabel laten > asosiasi variabel potensial. Parameter *cross loading* > 0,7 dalam satu variabel (Vinzi, 2010).

Pengujian reliabilitas dapat menggunakan dua metode. Pertama, *alpha Cronbach* dan reliabilitas komposit. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas konstruk, sedangkan reliabilitas komposit mengukur nilai aktual reliabilitas konstruk. Nilai alpha atau *composite reliability* lebih tinggi dari 0,7 meskipun besarnya 0,6 masih dapat diterima Hair, dkk, (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014).

Tes *Inner Model* dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa pengujian model struktural a) R Square > 0.67 (kuat), 0.33 (sedang), 0.19 (lemah) (Abdillah & Jogiyanto, 2009); b) Perkiraan untuk *path coefficient* yang dilakukan prosedur Bootstrap; c) *Prediction Relevance* (*Q Square*) atau disebut juga Stone-Geisser's. d). *Q Square* jika nilai yang diperoleh adalah 0,02 (kecil), 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar) (Vincenzo, Chin, Henseler, & Wang, 2010).

Pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis akan dianalisis *p value* dari uji SEM PLS. Untuk menguji hipotesis ini, nilai P harus lebih besar dari 0, dengan tingkat signifikansi 1-95% atau 0,05. Dalam uji P-value, untuk menguji hipotesis sering digunakan  $P < 0,05$  daripada  $P \leq 0,05$  (Kock & Hadaya, 2018).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil responden di dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel. Profil dibuat berdasarkan *gender* pekerja urban, kategori generasi pekerja urban, pemakaian fasilitas *PayLater* secara langsung dan tidak langsung, tinggi rendahnya pengalaman melakukan transaksi dengan *PayLater* dan pekerja urban yang melakukan transaksi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19.

**Tabel 2. Komposisi Jender dan Generasi**

Kota	Pria	Wanita	Gen_Y	Gen_Z	Total
Jakarta Pusat	100	126	172	54	226
	8%	10%	14%	4%	19%
Jakarta Barat	136	145	219	62	281
	11%	12%	18%	5%	23%
Jakarta Selatan	132	140	196	76	272
	11%	12%	16%	6%	23%
Jakarta Timur	124	114	173	65	238
	10%	9%	14%	5%	20%
Jakarta Utara	76	108	135	49	184
	6%	9%	11%	4%	15%
Total	568	633	895	306	1201
	47%	53%	75%	25%	100%

Sumber: Survei, 2020

Berdasarkan tabel 2, maka komposisi pekerja urban yang menjadi responden penelitian relatif seimbang menurut *gender*, atau kota di Provinsi DKI. Namun demikian untuk tingkat generasi pekerja urban, masih didominasi oleh generasi Y dibandingkan generasi Z.

Hal yang cukup menarik dari profil pekerja urban yang menjadi responden relatif merata dalam menggunakan fasilitas *PayLater* dari Traveloka, GoJek atau OVO. Jika dipisahkan secara sederhana, Sebagian besar (70%) menggunakan fasilitas *PayLater* yang diberikan langsung oleh Traveloka dan Go Jek. Sisanya menggunakan fasilitas OVO *PayLater* untuk bertransaksi di Traveloka dan GoJek, seperti ditunjukkan di Tabel 3.

Para pekerja urban di DKI melakukan transaksi yang bervariasi antara yang tinggi dan yang rendah di setiap kota (Tabel 4). Secara keseluruhan kota Jakarta Barat di posisi tertinggi, kemudian diikuti Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Pusat dan Jakarta Utara. Pekerja urban yang melakukan transaksi lebih dari 24 kali dalam 3 bulan terakhir saat dikategorikan tinggi dalam bertransaksi menggunakan fasilitas *PayLater*

**Tabel 3: Komposisi Pengguna PayLater**

<b>Kota</b>	<b>Traveloka</b>	<b>Go Jek</b>	<b>OVO</b>	<b>Total</b>
Jakarta Pusat	76	79	71	226
	6%	7%	6%	19%
Jakarta Barat	98	100	83	281
	8%	8%	7%	23%
Jakarta Selatan	100	93	79	272
	8%	8%	7%	23%
Jakarta Timur	87	86	65	238
	7%	7%	5%	20%
Jakarta Utara	58	60	66	184
	5%	5%	5%	15%
<b>Total</b>	<b>419</b>	<b>418</b>	<b>364</b>	<b>1201</b>
	35%	35%	30%	100%

Sumber: Survei, 2020

Di tabel 5 diperlihatkan adanya kestabilan jumlah pekerja urban dalam bertransaksi sebelum masa dan sesudah pandemi Covid-19 dengan menggunakan *PayLater*. Apakah hal ini akan berimplikasi pada tidak ada perbedaan faktor-faktor yang menjelaskan minat dan frekuensi penggunaan antara sebelum dan selama masa pandemi Covid19.

**Tabel 4. Pengalaman Bertransaksi**

<b>Kota</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Rendah</b>	<b>Total</b>
Jakarta Pusat	108	118	226
	9%	10%	19%
Jakarta Barat	134	147	281
	11%	12%	23%
Jakarta Selatan	146	126	272
	12%	10%	23%
Jakarta Timur	119	119	238
	10%	10%	20%
Jakarta Utara	105	79	184
	9%	7%	15%
<b>Total</b>	<b>612</b>	<b>589</b>	<b>1201</b>
	51%	49%	100%

Sumber: Survei, 2020

Untuk itu perlu dilihat kaitan transaksi sebelum dan selama masa Covid-19 dengan tinggi rendahnya transaksi. Hal ini disajikan di tabel 5.

**Tabel 5. Crosstab Pandemi dan Frekuensi**

<b>Pandemik</b>	<b>Frekuensi Penggunaan</b>		
	<b>Tinggi</b>	<b>Rendah</b>	<b>Total</b>
Sebelum	427	195	622
	36%	16%	52%
Selama	410	169	579
	34%	14%	48%
<b>Total</b>	<b>837</b>	<b>364</b>	<b>1201</b>
	70%	30%	100%

Sumber: Survei, 2020.

**Tabel 6. Komposisi Transaksi**

Kota	Sebelum	Selama	Total
Jakarta Pusat	112	114	226
	9%	9%	19%
Jakarta Barat	145	136	281
	12%	11%	23%
Jakarta Selatan	144	128	272
	12%	11%	23%
Jakarta Timur	117	121	238
	10%	10%	20%
Jakarta Utara	104	80	184
	9%	7%	15%
Total	622	579	1201
	52%	48%	100%

Sumber: Survei, 2020.

Melihat kepada proporsi yang diperlihatkan di tabel 6, maka bisa diperkirakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hal penggunaan *PayLater* di masa sebelum dan selama pandemi Covid19. Hal ini mungkin akan berimplikasi pada hasil pembuktian model dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengujian atas model seperti ditunjukkan dalam Tabel 7, terlihat bahwa semua kriteria yang diperlukan untuk mengukur baik tidaknya model telah terpenuhi. Berdasarkan hasil estimasi model PLS SEM pada tabel 8, diperoleh beberapa informasi. Pertama, bahwa pekerja di daerah urban di Propinsi DKI memperlihatkan sebagian besar perilaku yang sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Vekantesh (2012).

*Effort expectancy* mempengaruhi penggunaan *PayLater* dalam bertransaksi, baik di Traveloka, GoJek, maupun OVO. Hal ini dikarenakan pekerja urban cukup mudah belajar menggunakan aplikasi *PayLater*, maupun interaksi yang dijalani selama menggunakannya jelas dan dapat dipahami.

**Tabel 7: Measurement Model**

Variables	Indicators	Outer Loadings <sup>a</sup>	AVE <sup>b</sup>	CR <sup>c</sup>	rho_A <sup>d</sup>
<i>Effort_Expectation</i>	EE1	0.880	0.714	0.833	0.722
	EE2	0.809			
<i>Facilitating_Conditions</i>	FC2	0.805	0.726	0.888	0.817
	FC3	0.879			
	FC4	0.869			
<i>Freq.of Use</i>	FU	1.000	1.000	1.000	1.000
	HT2	0.834			
<i>Habit</i>	HT3	0.869	0.730	0.890	0.821
	HT4	0.861			
<i>Hedonic Motives</i>	HM1	0.899	0.757	0.861	0.703
	HM3	0.840			
<i>PayLater_Intention</i>	PI1_	0.918	0.835	0.910	0.804
	PI2	0.909			
<i>Performance Expectation</i>	PE3	0.854	0.691	0.870	0.798
	PE4	0.792			
<i>Social_Influence</i>	SI1	0.987	0.727	0.838	2.130
	SI2	0.693			

Sumber: Survei 2020.

Catatan:

Indikator yang dihilangkan karena nilainya dibawah 0.5 yaitu EE3, EE4, FC1, FC2, HM2, HT1, PE1, SI3, PI3

a. Semua item loading  $> 0.5$  mengindikasikan reliabilitas indikator (Hulland, 1999, p 198)

b. Semua nilai Average Variance Extracted (AVE)  $> 0.5$  mengindikasikan Convergent Reliability (Bagozzi dan Yi (1988); Fornel dan Larcker (1981).

c. Semua nilai Composite Reliability (CR)  $> 0.7$  mengindikasikan konsistensi internal (Gefen et al, 2000)

d. Semua nilai Cronbach Alpha  $> 0.7$  mengindikasikan reliabilitas indikator yang dipakai (Nunnally, 1978).

Faktor *facilitating condition* memperlihatkan bahwa pekerja urban memiliki pengetahuan menggunakan *PayLater*, kesesuaian antara teknologi yang dipakai dengan *PayLater*, serta dimungkinkannya bantuan dari pihak lain ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi *PayLater*. *Habit*, sebagai salah satu faktor yang menjelaskan minat menggunakan aplikasi *PayLater* ditunjukkan oleh beberapa hal.

**Tabel 8. Path Coefficient**

	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
<i>Effort_Expectation -&gt; PayLater_Intention_</i>	2.527	0.012
<i>Facilitating_Conditions -&gt; Frequency_of Use</i>	3.368	0.001
<i>Facilitating_Conditions -&gt; PayLater_Intention_</i>	5.918	0.000
<i>Habit_ -&gt; Frequency_of Use</i>	1.388	0.166
<i>Habit_ -&gt; PayLater_Intention_</i>	22.024	0.000
<i>Hedonic_Motives -&gt; PayLater_Intention_</i>	2.419	0.016
<i>PayLater_Intention_ -&gt; Frequency_of Use</i>	1.275	0.203
<i>Performance_Expectation -&gt; PayLater_Intention_</i>	3.215	0.001
<i>Social_Influence -&gt; PayLater_Intention_</i>	1.579	0.115

Sumber: Survei, 2020.

Kebanyakan pekerja urban ketagihan menggunakan *PayLater*, ada semacam keharusan untuk selalu menggunakan *PayLater*, dan bahkan ada keinginan untuk meningkatkan frekuensi menggunakan *PayLater*. Kebiasaan pekerja urban di daerah perkotaan itulah yang menjadi salah satu faktor mendorong minat menggunakan aplikasi *PayLater* yang ditawarkan oleh Traveloka, GoJek dan OVO.

Disamping itu, *hedonic motives* mendorong pekerja urban untuk menggunakan aplikasi *PayLater*. Hal ini dikarenakan mereka merasakan kegembiraan di dalam menggunakan *PayLater*, dan utamanya juga sangat menghibur para pekerja urban tersebut. Kedua hal ini mendorong pekerja urban untuk menggunakan aplikasi *PayLater* tersebut. Namun demikian faktor atau pengaruh lingkungan sosial (*social influence*) tidak terbukti ikut berperan mendorong minat pekerja urban. Dalam benak pekerja tersebut, jika orang lain yang mereka anggap penting menjadi pemicu untuk menggunakan *PayLater*. Dan hal kedua adalah opini dari rekan yang dinilai penting bagi pekerja urban untuk menggunakan *PayLater* tersebut. Kedua hal ini tidak cukup menjadi alasan, mengapa faktor lingkungan sosial berperan penting terhadap minat pekerja urban menggunakan aplikasi *PayLater* tersebut.

Faktor harapan atas kinerja (*performance expectancy*) dengan menggunakan *PayLater* juga menjadi pendorong bagi pekerja urban untuk berminat dalam menggunakan *PayLater*, Persepsi pekerja urban itu sederhana, yaitu apakah penggunaan *PayLater* bisa meningkatkan produktivitas mereka, dan dapat menyelesaikan pekerjaannya lebih cepat dengan menggunakan *PayLater*. Terpenuhinya harapan ini, menjadi penjelas bagaimana *performance expectancy* mempengaruhi minat pekerja urban.

Di dalam penelitian ini, ternyata tidak terkonfirmasi pengaruh minat menggunakan aplikasi *PayLater* terhadap frekuensi penggunaan *PayLater*. Artinya walaupun minat pekerja urban meningkat belum dapat dipastikan bahwa mereka akan meningkatkan frekuensi menggunakan aplikasi *PayLater* tersebut. Hal ini bersesuaian dengan profil responden yang mengaitkan pandemi dan frekuensi penggunaan aplikasi *PayLater* yang tidak berubah polanya antara sebelum dan selama pandemi Covid19.

Semakin meningkat tidaknya penggunaan *PayLater* di Traveloka, GoJek dan OVO ternyata tidak di dukung oleh *habit* dari pekerja urban. Namun justru *facilitating conditions* yang menjadi faktor penting bagi pekerja urban meningkatkan penggunaan aplikasi *PayLater* tersebut. Bekal pengetahuan, kompatibilitas aplikasi, dan kemudahan mendapatkan bantuan pihak lain menjadi pendorong penggunaan aplikasi *PayLater*.

Studi ini kemudian melakukan analisis multi-group terkait pandemi covid19, tipe generasi, jender, serta tinggi rendahnya pengalaman bertransaksi konsumen.

**Tabel 9. MGA Pengalaman Transaksi**

Pengalaman Transaksi Tinggi dan Rendah	Path Coefficients	t-Value	p-Value
Effort_Expectation -> <i>PayLater</i> _Intention_	0.056	0.926	0.355
Facilitating_Conditions -> Frequency_of Use	0.040	0.669	0.504
Facilitating_Conditions -> <i>PayLater</i> _Intention_	-0.057	1.198	0.231
Habit_ -> Frequency_of Use	-0.041	0.553	0.580
Habit_ -> <i>PayLater</i> _Intention_	-0.042	0.787	0.431
Hedonic_Motives -> <i>PayLater</i> _Intention_	0.086	1.294	0.196
<b><i>PayLater</i>_Intention_ -&gt; Frequency_of Use</b>	<b>0.149</b>	<b>2.090</b>	<b>0.037</b>
<b>Performance_Expectation -&gt; <i>PayLater</i>_Intention_</b>	<b>-0.133</b>	<b>2.383</b>	<b>0.017</b>
Social_Influence -> <i>PayLater</i> _Intention_	-0.074	1.167	0.244

Sumber: Survei, 2020

Tabel 9 memperlihatkan adanya perbedaan pengaruh minat menggunakan aplikasi *PayLater* terhadap frekuensi penggunaannya. Mereka yang melakukan transaksi tinggi akan cenderung meningkatkan penggunaan aplikasi *PayLater*nya. Di sisi lain, ada perbedaan pengaruh *performance expectancy* terhadap minat menggunakan aplikasi *PayLater*. Mereka yang bertransaksi tinggi cenderung memberikan kontribusi lebih rendah terhadap minat menggunakan aplikasi *PayLater*. Hal ini bisa dipahami karena mereka yang bertransaksi tinggi bisa menggunakan alternatif pembayaran lainnya.

Untuk analisis multi group berdasarkan *gender* ternyata tidak ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita, Hal ini mengindikasikan bahwa pekerja urban pria dan wanita memiliki kesamaan persepsi atas faktor-faktor yang menjelaskan minat menggunakan aplikasi *PayLater* maupun frekuensi penggunaannya. Hal yang mirip terjadi untuk MGA antar generasi Y dan generasi Z. Walaupun generasi Y mengalami perkembangan internet dari awal hingga ke tingga saat ini, namun tidak berbeda dengan generasi Z yang mulai lahir sudah mengenal kemajuan transaksi dengan internet. Hal ini bisa terjadi karena aspek teknologi yang relatif mudah untuk dipelajari lintas generasi.

Berdasarkan Tabel 10, terlihat bahwa ada perbedaan yang signifikan pengaruh *PayLater intention* terhadap *Frequency of Use* aplikasi *PayLater*. Pengujian ini mengkonfirmasi bahwa sebelum masa pandemi Covid19, pengaruh minat menggunakan aplikasi *PayLater* lebih besar dibandingkan selama masa pandemi Covid19. Namun demikian tidak ada perbedaan dari faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *PayLater*.

**Tabel 10. MGA Pandemi**

MGA Pandemi	Path Coeffi-cients	t-Value	p-Value
Effort_Expectation -> <i>PayLater_Intention_</i>	0.035	0.627	0.531
Facilitating_Conditions -> <i>Frequency_of Use</i>	0.015	0.254	0.800
Facilitating_Conditions -> <i>PayLater_Intention_</i>	-0.020	0.400	0.689
Habit_ -> <i>Frequency_of Use</i>	-0.126	1.711	0.087
Habit_ -> <i>PayLater_Intention_</i>	0.003	0.058	0.954
Hedonic_Motives -> <i>PayLater_Intention_</i>	0.058	0.843	0.400
<b><i>PayLater_Intention_ -&gt; Frequency_of Use</i></b>	0.165	<b>2.314</b>	<b>0.021</b>
Performance_Expectation -> <i>PayLater_Intention_</i>	-0.015	0.279	0.780
Social_Influence -> <i>PayLater_Intention_</i>	-0.080	1.260	0.208

Sumber: Survei, 2020.

Hal ini bisa dipahami karena selama masa pandemi akan mengurangi minat orang menggunakan fasilitas transportasi yang disediakan melalui Traveloka dan GoJek, dan sudah barang tentu frekuensi penggunaan *PayLater* OVO

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini berbeda dengan pembuktian oleh Venkatesh (2012) untuk beberapa variabel independen yang menjelaskan variabel dependen. Perbedaan kedua adalah *Multi Group Analysis* yang tidak dilakukan di karya Venkatesh. Minat dan penggunaan *fintech PayLater* oleh pekerja urban di DKI Jakarta dijelaskan oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motif hedonis dan kebiasaan. Pengaruh sosial bagi pekerja urban tidak signifikan mempengaruhi minat dan perilaku menggunakannya. Hal ini berbeda dengan penelitian Venkatesh (2012).

Hasil analisis multi-grup memperlihatkan beberapa kesimpulan. Pertama, berdasarkan pengalaman transaksi pekerja urban ada perbedaan pengaruh minat menggunakan *PayLater* terhadap frekuensi penggunaan antara mereka yang melakukan transaksi tinggi dan rendah. Kedua, ada perbedaan pengaruh *performance expectancy* terhadap *PayLater intention* antara pekerja urban bertransaksi tinggi dan rendah. Ketiga, tidak ada perbedaan pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen di dalam model antara pekerja pria dan wanita urban, serta antara generasi Y dan generasi Z. Keempat, ada perbedaan pengaruh *PayLater intention* terhadap *frequency of use* dari aplikasi *PayLater* sebelum dan selama pandemi Covid-19 terjadi.

Ada beberapa implikasi dari hasil analisis multigroup. Pertama, pengalaman bertransaksi yang tinggi akan berdampak pada penggunaan aplikasi *PayLater* lebih intensif, sehingga diharapkan pihak Traveloka atau GoJek bisa memberikan benefit yang lebih besar dari yang ada, agar pelanggan semakin

terdorong meningkat minat dan penggunaan *PayLater* yang ditawarkan. Sementara itu bagi penyedia *PayLater* tidak langsung seperti OVO bisa mengurangi biaya bunga dan atau memperpanjang tenornya, dan jika memungkinkan bisa meningkatkan limit bagi pelanggannya yang bertransaksi di Traveloka atau GoJek. Kedua, masa pandemi sebagai peristiwa *force majeure* tetap bisa didorong agar terjadi peningkatan minat dan frekuensi penggunaan aplikasi *PayLater*. Bentuk-bentuk promosi dan manajemen informasi yang semakin memudahkan pelanggan pekerja urban diharapkan bisa meningkatkan transaksi dengan *PayLater*. Implikasi praktis ketiga dari penelitian ini terkait pengaruh lingkungan sosial bagi pekerja urban yang tidak signifikan terjadi karena era keterbukaan informasi dan kemudahan meniru dan menggunakan teknologi. Traveloka dan GoJek, serta OVO perlu melakukan inovasi dalam pengembangan *fintech PayLater* yang dibuat, misalnya Traveloka bisa mengembangkan *PayLater card* tidak hanya dengan BRI namun dengan bank lainnya;

Di samping beberapa implikasi tersebut di atas, penelitian ini masih bisa dikembangkan lebih dalam lagi dengan mempertimbangkan kemungkinan terjadinya *switching behavior* dari pekerja urban ketika muncul *fintech* baru yang bersaing dengan *PayLater* dari sisi biaya, manfaat, dan aspek dimensi waktu tenor. Hal kedua yang belum dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan data panel, dimana responden yang sama diamati pada periode sebelum, selama dan sesudah masa pandemi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris..* Yogyakarta: BPFE UGM.
- Adirinekso, G., Purba, J. T., Budiono, S., dan Rajagukguk, W. (2020). The Role of Price and Service Convenience on Jakarta's Consumer Purchase Decisions in Top 5 Marketplace Mediated by Consumer's Perceived Value. *The 5th North America International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (p. Retrieved from <http://www.ieomsociety.org>). Detroit, Michigan USA: ieomsociety.org.
- Adirinekso, G. P., Purba, J. T., dan Budiono, S. (2020). Measurement of Performance, Effort, Social Influence, Facilitation, Habit and Hedonic Motives toward Pay later Application Intention: Indonesia Evidence. *Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 208 - 219). Harare, Zimbabwe: IEOM Society International.
- Aileen, A., Widjaja, A., Purba, J. T., dan G, S. K. (2019). Recording application with managerial prediction features for skenoo business. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (pp. 508 (1), 012133). IOP.
- Anderson, J. dan Gerbing, D. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two Steps Approach. *Psychological Bulletin*, 411 - 423.
- Cahyono, E. (2018, Maret 27). *Revolusi Industri 4.0 dan Transformasi Organisasi Pemerintah*. Retrieved from Sekretariat Kabinet Republik Indonesia: <http://setkab.go.id/revolusi-industri-4-0-dan-transformasi-organisasi-pemerintah/>
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Sinar Garfika Offset.
- Endarwati, O. (2017, Mei 03). *Industri 4.0 Ciptakan Peluang Baru*. Retrieved from Koran Sindo Sumber Referensi Terpercaya: [http://koran-sindo.com/page/news/2017-05-03/2/3/Industri\\_4\\_0\\_Ciptakan\\_Peluang\\_Baru](http://koran-sindo.com/page/news/2017-05-03/2/3/Industri_4_0_Ciptakan_Peluang_Baru)
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2019, December). When to Use and How to Report The Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2 - 24. Retrieved from

<https://www.researchgate.net/publication/329443894> When to use and how to report the results of PLS-SEM

Hair, J., Black, W., Babin, B., dan Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson Education Limited.

Hair, J., Hult, G., Ringle, C., dan Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling PLS-SEM*. Thousand Oaks, CA : Sage.

Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*, Volume 20, , 277–319.

Igen, R. (2018, April 16). *Teknologi Terkini: Apa itu Industri 4.0 ? Dan apa saja elemen yang harus ada?* Retrieved from Mobnasesemka.com: <https://mobnasesemka.com/apa-itu-industri-4-0/>

Immanuel, N. B. (2019). *Consumer's Intention to Use Mobile Payment Technology: A Technology Acceptance Model Perspective*. . Karawang. President University.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018, 03 20). *Siaran Pers: Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4*. Retrieved from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18967/Making-Indonesia-4.0:-Strategi-RI-Masuki-Revolusi-Industri-Ke-4>

Kim, C. M. dan Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 310-322.

Kim, H.-Y. K.-S. (2018). A Study on Usage Intention of Technology-based Airlines self-service Based on UTAUT2 Model . *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics* , 54-63.

Kock, N. dan Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.

McDaniel Jr, C. dan Gates, R. (2015). *Marketing Research*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Monecke, A. dan Leisch, F. (2012). Structural Equation Modeling Using Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 1-32.

Mukminin, A., Rachman, R., dan Wahyudi, H. (2019). Penerapan Model UTAUT untuk Perilaku Pengguna "PayLater" di Dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis*, 81-90.

---

- Nanggala, A. Y. (2020). Use of *Fintech* for Payment: Approach to Technology Acceptance Model Modified. . *Journal of Contemporary Information Technology, Management, and Accounting*, 1 - 8.
- Novalius, F. (2018, April 04). *Economy Sektor Riil: Apa Itu Industri 4.0? Ini Penjelasan Presiden Jokowi*. Retrieved from OkezoneFinance: <https://economy.okezone.com/read/2018/04/04/320/1881871/apa-itu-industri-4-0-ini-penjelasan-presiden-jokowi>
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., dan Setyawan, R. R. (2018). Factors Affecting Behavioral Intention in Using Go Pay with The Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2) . *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 107 - 114.
- Purba, J., Budiono, S., Rajagukguk, W., Samosir, P., dan Adirinekso, G. (2020). E-Business Services Strategy with Financial Technology: Evidence from Indonesia. *5th North American International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Detroit: ieomsociety.org.
- Purba, J., Samuel, S., dan Purba, A. (2020). Strategic Collaboration ICT in the *online* Transportation Services in Jakarta Area. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (pp. 918, 12206). IOP.
- Rajagukguk, W., Samosir, P., Purba, J. T., Budiono, S., dan Adirinekso, G. P. (2020). Dark Side of Economic Growth: A Case Study of the Relationship between Economic Growth and Suicide Mortality . *The 5th North America International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. Detroit, Michigan USA: ieomsociety.org.
- Ramos, F. A. (2016). *Assessing The Determinants of Behavioral Intention to Adopt Fintech Services Among the Millennial Generation*. Lisboa.: Lisboa: Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa.
- Shao, X. dan Siponen, M. (2011). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Adding consumption theory to UTAUT2. *Proceedings of SIGSVC Workshop* (pp. 11-157). <http://sprouts.aisnet.org>.
- Shara, P. V. dan Widodo, T. (2018). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) untuk Menganalisis Minat Pengguna Smartphone Di Kota Bandung. *ResearchGate* , p. 328216331. Retrieved from [www.researchgate: https://www.researchgate.net/publication/328216331](https://www.researchgate.net/publication/328216331)

- Siahaan, M. dan Legowo, N. (2019). The Citizens Acceptance Factors of Transportation Application *Online* in Batam: An Adaptation of the UTAUT2 Model and Information System Success Model. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 1666 - 1676.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. dan Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3, , pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. dan Xu, X. (2012). Consumers Acceptance and Use Information Technology : Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157 - 178.
- Vincenzo, E. V., Chin, W. W., Henseler, J. dan Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Square*. Hiedelberg: Springer Verlag.
- Vinzi, V. E. (2010). *Vinzi, V. E., Chin, W., HenseHandbook of Partial Least Squares: Concep, Methods, and Applications*. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin Vol 24*, 1 - 32.