

ADOPTI INOVASI SISTEM PEMBAYARAN PAYLATER PADA KALANGAN MAHASISWA

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcasting



Disusun Oleh :
Nur Afni Herdiana
07031281823131

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

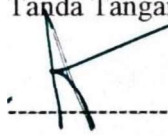
**ADOPTSI INOVASI SISTEM PEMBAYARAN PAYLATER
PADA KALANGAN MAHASISWA**

SKRIPSI

**Oleh :
NUR AFNI HERDIANA
07031281823131**

Pembimbing I

1. Dr. Andries Lionardo, S. Ip., M. Si
NIP. 198807252019031010

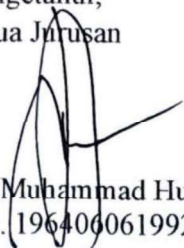
Tanda Tangan Tanggal
 20/10-23

Pembimbing II

2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.199309052019032019

 19 Oktober 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan


Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

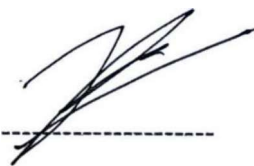
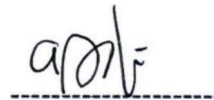
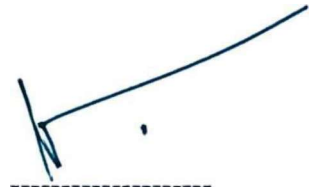
**ADOPSI INOVASI SISTEM PEMBAYARAN PAYLATER
PADA KALANGAN MAHASISWA
SKRIPSI**

Oleh :
NUR AFNI HERDIANA
07031281823131

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 22 November 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

KOMISI PENGUJI

1. Dr. Andries Lionardo, S. IP., M. Si
NIP.198807252019031010
Ketua Penguji
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.199309052019032019
Sekretaris Penguji
3. Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.198806162022032005
Penguji
4. M.Hidayatul Ilham, S.IP., M.I.Kom
NIP.199410112022031009
Penguji



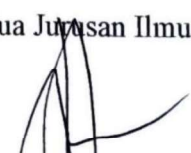
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Afni Herdiana
NIM : 07031281823131
Tempat dan Tanggal Lahir : Talang Jaya, 07 Oktober 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Adopsi Inovasi Sistem Pembayaran Paylater Pada Kalangan Mahasiswa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

g membuat pernyataan,

Nur Afni Herdiana
NIM. 07031281823131



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Penulis dengan bangga dan penuh rasa syukur menyampaikan kata pengantar ini sebagai bagian dari skripsi penulis yang berjudul "Adopsi Inovasi Sistem Pembayaran Paylater Pada Kalangan Mahasiswa". Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh mencapai derajat sarjana strata 1 (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Meskipun banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat dilalui berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu serta mendukung terselainya skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, beserta jajaran pengurus dekanat lainnya.

3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M. Si dan Bapak Oemar Madri Bafadal, S. I.Kom., M. Si selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakkultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S. Ip., M. Si Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran, motivasi berharga sepanjang penulisan skripsi ini.
5. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA selaku Dosen Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran berharga sepanjang penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, waktu, dan energi yang diberikan untuk membantu saya mengembangkan ide-ide dan menjalankan penelitian ini.
6. Seluruh Dosen beserta Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang berharga selama masa studi saya dan juga membantu dalam penyusunan penulisan skripsi ini.
7. Mbak Elvira Humairah selaku Admin Jurusan yang telah memberikan bantuan dan kesabaran dalam penyelesaian penyusunan penulisan skripsi ini.
8. Rasa terima kasih penulis yang setulus-tulusnya juga disampaikan kepada kedua orang tua penulis yakni Bapak Edy Sutiono dan Ibu Dewi Hernawati, serta saudara kandung saya Mbak Herdian Komala Putri dan Mas Herdianto Septian Wibowo yang selalu memberikan semangat dan mendoakan serta mendukung penulis baik secara moral ataupun secara material, memberikan semangat, dan cinta tanpa batas sepanjang perjalanan studi ini. Terima kasih atas pengorbanan dan doa yang selalu mengiringi langkah-langkah penulis.
9. Kepada semua narasumber yang telah berkenan menyumbangkan waktunya serta memberikan wawasan yang berharga. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengumpulan dan analisis data.

10. Kepada Marlina Safitri, Ariexiey Pratama dan teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya Angkatan 2018 yang telah berjuang bersama-sama selama masa perkuliahan. yang telah banyak membantu dan menemani serta diskusi selama perjalanan studi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna. Namun, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang bermanfaat serta mendorong adanya penelitian lebih lanjut dalam bidang ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan inspirasi dan manfaat bagi pembaca yang mengikutinya. Segala keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan ini adalah tanggung jawab penulis sepenuhnya. Penulis menerima dengan lapang dada semua kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Terima kasih. *Billahittaufiq Wal Hidayah*

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang,



Nur Afni Herdiana

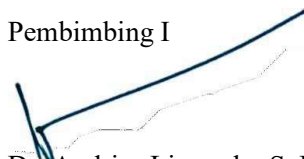
NIM. 07031281823131

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang terus berkembang dan maju membuat para aplikasi fintech berlomba-lomba untuk terus melakukan sebuah inovasi baru. Inovasi tersebut bisa berupa kemudahan dalam bertransaksi, promo-promo yang diberikan, atau fitur-fitur lain yang berhubungan dengan aplikasi fintech tersebut. Karena perkembangan teknologi pembayaran tersebut muncul fenomena penggunaan metode pembayaran *paylater* yang kini diminati oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana adopsi inovasi sistem pembayan *paylater* dikalangan mahasiswa *paylater* mahasiswa khususnya mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2018. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dan pengumpulan datanya dilakukan melalui wawancara mendalam serta dokumentasi. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everet Rogers, hasil dari penelitian ini mengungkapkan proses penerimaan inovasi yang meliputi lima unsur yaitu, *Knowledge* (Tahap Pengetahuan), *Persuasion* (Tahap Persuasi), *Decision* (Tahap Pengambilan Keputusan), *Implementation*, dan *Confirmation* (Tahap Pemantapan) yang berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Difusi Inovasi, Adopsi Inovasi, Paylater, Mahasiswa

Pembimbing I



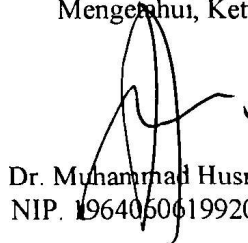
Dr. Andries Lionardo, S. Ip., M. Si
NIP. 198807252019031010

Pembimbing II



Krisna Murti, S.I.Kom.,MA
NIP.199309052019032019

Mengetahui, Ketua Jurusan,




Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196405061992031001

ABSTARCT

Technological developments that continue to develop and advance make fintech applications compete to continue to carry out new innovations. This innovation can be in the form of ease of transactions, promotions provided, or other features related to the fintech application. Due to developments in payment technology, the phenomenon of using the paylater payment method has emerged which is now in demand by the public. This research aims to find out how the innovative PayLater payment system is adopted among PayLater students, especially communication science students class of 2018. In this research, qualitative methods were used and data collection was carried out through in-depth interviews and documentation. The main theory used in this research is the theory of diffusion of innovation put forward by Everet Rogers. The results of this research reveal the process of accepting innovation which includes five elements, namely, Knowledge (Knowledge Stage), Persuasion (Persuasion Stage), Decision (Decision Making Stage), Implementation and Confirmation (Consolidation Stage) are going well.

Keywords : Diffusion of Innovation, Innovation Adoption, Paylater, Students

Advisor I



Dr. Andries Lionardo, S. Ip., M. Si
NIP. 197905012002121005

Advisor II



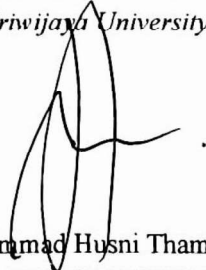
Krisna Murti, S.I.Kom.,MA
NIP.199309052019032019

Indralaya, Januari 2024

Head of Communication Science Studies Program

Faculty of Social and Political Science

Sriwijaya University



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTARCT</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7

1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Adopsi	9
2.2 Teori Difusi Inovasi (<i>Diffusion of Innovation Theory</i>)	11
2.3 Pengertian Inovasi.....	14
2.3.1 Proses Keputusan Inovasi.....	14
2.4 Sistem Pembayaran (<i>Paylater</i>).....	17
2.5 Kerangka Teori	19
2.6 Kerangka Pemikiran.....	20
2.7 Penelitian Terdahulu	22
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian.....	28
3.2 Definisi Konsep.....	29
3.2.1 Adopsi Inovasi	29
3.2.2 <i>Paylater</i>	29
3.2.3 Mahasiswa	29
3.3 Fokus Penelitian.....	30

3.4 Unit Analisis dan Observasi.....	30
3.4.1 Unit Analisis.....	30
3.4.2 Unit Observasi.....	31
3.5 Informan Penelitian.....	31
3.5.1 Keriteria Informan.....	32
3.5.2 Informan Terpilih.....	32
3.6 Data dan Sumber Data.....	33
3.6.1 Data.....	33
3.6.2 Sumber Data.....	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV.....	41
GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	41
4.1 Objek Penelitian.....	41
4.2 Paylater.....	41
4.3 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.....	47
4.4 Program Studi Ilmu Komunikasi.....	48
4.5 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi.....	48

BAB V	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Hasil Temuan	55
5.2 Pembahasan.....	78
BAB VI	85
PENUTUP	85
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perilaku Belanja Online Di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Paylater	4
Gambar 1. 3 Jumlah Penggunaa Paylater	5
Gambar 1. 4 Penggunaan Kredit Pada Gen Z dan Millenial.....	6
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Inovasi Diffusion of Innovation,.....	16
Gambar 2. 2 Persentase Pengguna Paylater	18
Gambar 2. 3 Proporsi jumlah pengguna paylater dan rencana menggunakan paylater.....	18
Gambar 3. 1 Model Interaktif.....	38
Gambar 4.1 Logo Universitas Sriwijaya	47
Gambar 4. 2 Lambang Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya	48
Gambar 5. 1 Survei Pengguna Paylater	51
Gambar 5. 2 Produk Paylater di Indonesia	55
Gambar 5. 3 Halaman Paylater di Aplikasi Shopee.....	59
Gambar 5. 4 Halaman Paylater di Aplikasi Shopee.....	60
Gambar 5. 5 Proses Aktivasi Paylater.....	62
Gambar 5. 6 Proses Aktivasi Paylater.....	62
Gambar 5. 7 Proses Aktivasi Paylater.....	63
Gambar 5. 8 Proses Aktivasi Paylater.....	63
Gambar 5. 9 Iklan Fitur Paylater	66

Gambar 5. 10 Iklan Fitur Paylater	67
Gambar 5. 11 Promo Paylater	67
Gambar 5. 12 Promo Paylater	68
Gambar 5. 13 Wawancara Narasumber	72
Gambar 5. 14 Wawancara Narasumber	73
Gambar 5. 15 Wawancara Narasumber	75
Gambar 5. 16 Wawancara Narasumber	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
---	-----------

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Alur Pemikiran	21
--	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet saat ini menjadi salah satu media komunikasi yang dapat menghubungkan jaringan komputer diseluruh dunia, dengan adanya internet pengguna semakin mudah untuk mendapatkan berbagai macam informasi yang diinginkan. Internet juga dapat memicu munculnya fenomena baru dalam berbagai hal salah satu nya yaitu dalam proses jual beli barang. Belanja *online* adalah suatu aktivitas jual beli antara penjual dan pembeli di media internet, salah satunya yang sering terjadi dan semakin berkembang saat ini yaitu aktivitas belanja di *e-commerce*, seiring dengan meningkatnya penggunaan *smartphone*, maka semakin banyak juga orang-orang yang mulai mengakses toko *online* melalui aplikasi ataupun *website* dari waktu ke waktu.

Adanya toko online juga memudahkan pembeli dalam membandingkan produk, dengan mencari ulasan dari pelanggan sebelumnya, penggunaan aplikasi tersebut juga memberikan kemudahan dalam notifikasi promo atau diskon, sehingga pembeli tidak akan melewatkan kesempatan untuk membeli produk dengan harga lebih murah.

Bahkan berdasarkan data survei yang telah dilakukan oleh Jakpat di paruh pertama tahun 2019, dengan responden berusia kisaran 18-25 tahun, sebanyak 60,5 persen lebih memilih untuk melakukan kegiatan belanja *online* daripada mengunjungi toko *offline*. Responden dengan persentase 65,7% berpendapat bahwa berbelanja

online lebih efisien dan ekonomis, 62,9% karena promo khusus, persentase selanjutnya adalah 59,3% yang berpendapat bahwa harga bersaing dapat membuat produk murah, dan terakhir, bahkan 59% berpendapat bahwa belanja *online* lebih fleksibel.



Gambar 1.1 Perilaku Belanja Online Di Indonesia
(Sumber : Survei Jakpat Tahun 2019)

Bagi beberapa perusahaan keuangan serta penjual yang ingin tetap eksis di pasar maka mereka juga harus bisa mengikuti perkembangan digital serta mampu berinovasi dengan memanfaatkan media digital tersebut, seperti menggunakan sosial media, iklan *online*, dan fitur-fitur lainnya untuk mempromosikan produk dan menarik perhatian konsumen. Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh majalah Fortune pada tahun 2000 terhadap perusahaan-perusahaan terbesar dunia, inovasi terpilih sebagai salah satu persyaratan terpenting bagi keberhasilan suatu organisasi.

Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas produk dan mencapai audiens yang lebih luas. Dalam era digital seperti sekarang ini, inovasi juga harus mempertimbangkan penggunaan teknologi dan media digital yang semakin berkembang dan memengaruhi cara konsumen membeli dan menggunakan produk

dan jasa. Oleh karena itu, inovasi yang berfokus pada pengembangan teknologi digital dan *platform online* dapat membantu perusahaan untuk menghadapi persaingan dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

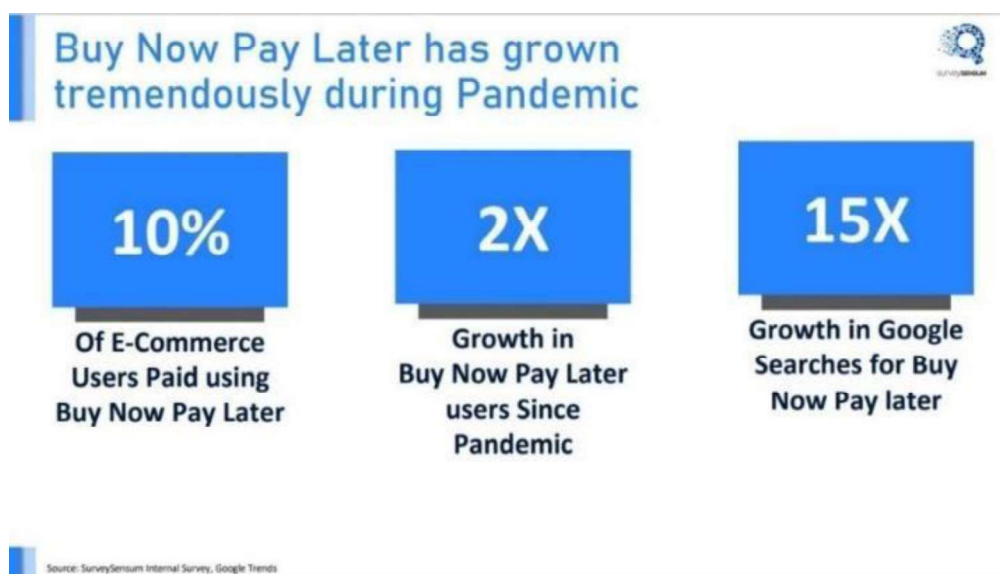
Dalam konteks berbelanja, inovasi dapat membantu mempermudah dan meningkatkan pengalaman belanja konsumen. Contohnya, dengan adanya berbagai pilihan dalam metode pembayaran yang sudah disediakan oleh pihak dari *online shop* tersebut. Sistem pembayaran yang saat ini digunakan oleh masyarakat umum kini dapat dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu sistem pembayaran tunai (*cash*) dan sistem pembayaran non tunai (*cashless*).

Menurut kajian (Katadata.co.id, 2019), terdapat 37 perusahaan mobile payment yang dikeluarkan oleh *financial technology (fintech)*. Contoh *mobile payment* yang dikeluarkan oleh fintech, bank dan telco adalah PayTren, Ovo, Dana, Gopay, LinkAja, Sakuku, *Cashback*, *Paylater* dll. *Paylater* merupakan salah satu pembayaran *cashless* yang saat ini semakin populer di Indonesia, dengan konsep dan cara kerja yang mirip seperti kartu kredit.

Pembayaran *paylater* ini mulai dikenal sejak tahun 2018, sistem pembayaran menggunakan *paylater* di Indonesia ini pertama kali diawali oleh Gojek kemudian Traveloka memasuki awal tahun 2018 yang diikuti oleh Ovo dan Shopee dengan fitur *paylater* pada tahun 2019. Metode pembayaran ini memberikan pilihan agar konsumen dapat melakukan pembelian dan melakukan pembayaran di masa mendatang, pembayaran dapat dicicil mulai 1x sampai beberapa kali, dalam rentang bulanan.

Alasan paling mendasar mengapa banyak perusahaan keuangan yang mulai menerapkan pembayaran *paylater* adalah agar dapat bertahan di sektor bisnis dengan berinovasi. Dengan menghadirkan layanan *paylater*, perusahaan keuangan dapat menawarkan solusi pembayaran yang lebih beragam kepada pelanggan mereka. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik aplikasi atau *platform e-commerce* mereka, karena semakin banyak orang yang mencari kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan pembayaran.

Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh SurveySensum, pada tahun 2022, minat program *paylater* di Indonesia meningkat sekitar 45% selama setahun terakhir selama pandemi. Dari 300 pengguna toko online yang disurvei, 55% menggunakan *paylater* sebagai opsi pembayaran.

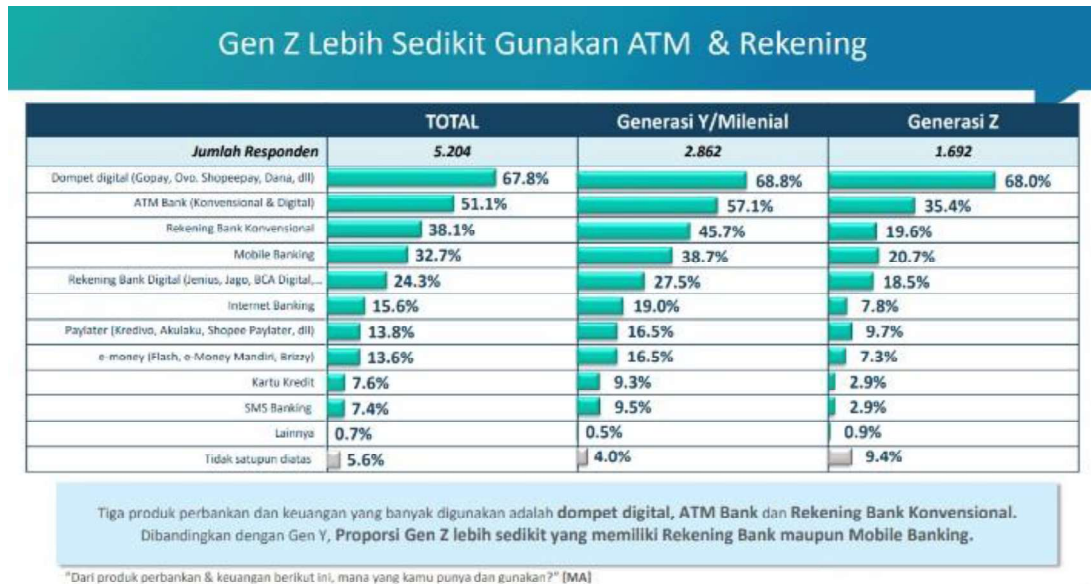


Gambar 1. 2 Pertumbuhan Paylater
(Sumber : *SurveySensum E-Commerce Tren2022*)

Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *payLater* dapat dirasakan oleh banyak banyak pihak mulai dari pegawai atau pekerja yang menunggu gaji hingga mahasiswa

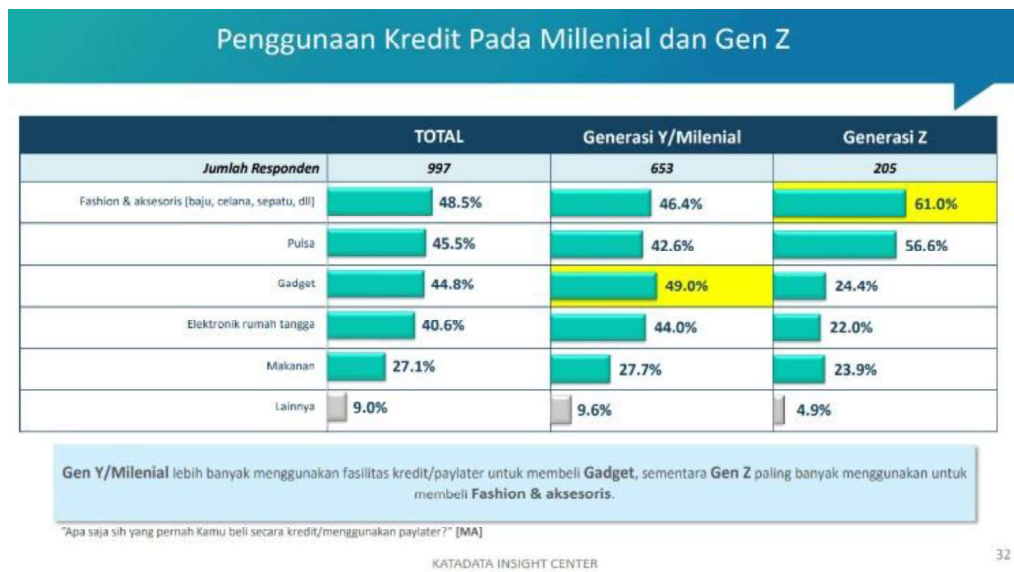
yang belum menerima uang saku. Mereka seringkali memiliki kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi segera, tetapi tidak memiliki akses langsung ke dana yang cukup. Sehingga *paylater* menjadi cukup populer di kalangan mahasiswa. Layanan ini memungkinkan mahasiswa untuk membeli barang atau jasa tanpa membayar segera, namun akan membayar di kemudian hari sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan.

Berdasarkan Survei Perilaku Keuangan Generasi Z yang diselenggarakan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) pada tahun 2021 yang melibatkan 5.204 responden berusia lebih dari 15 tahun dan mengakses internet. Dimana hasil survei menunjukkan untuk belanja cicilan para anak muda cenderung memilih menggunakan *paylater* dan kartu kredit. Dengan masing- masing persentase sebesar 13,8% dan 7,6 % responden.



Gambar 1. 3 Jumlah Penggunaa Paylater
(Sumber : Survei Perilaku Keuangan Gen Z oleh Katadata)

Hal ini menunjukkan bahwa sudah cukup banyak mahasiswa yang mulai menggunakan *paylater* sebagai salah satu pilihan mereka saat akan melakukan pembayaran, Dalam survei yang dilakukan KIC juga, memberikan hasil bahwa generasi muda ini menggunakan *paylater* guna memenuhi kebutuhannya seperti misalnya untuk membeli pakaian, pulsa, kosmetik, hingga barang elektronik.



Gambar 1. 4 Penggunaan Kredit Pada Gen Z dan Millenial
(Sumber : Survei Perilaku Keuangan Generasi Z)

Meskipun *paylater* menjadi alternatif yang populer, penting bagi pengguna untuk memahami persyaratan dan ketentuan yang terkait, termasuk biaya bunga dan biaya tambahan yang mungkin dikenakan. Sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan *paylater*, mahasiswa harus mempertimbangkan dengan matang kelebihan dan kekurangan dari layanan ini dan memastikan bahwa mereka dapat membayar tagihan mereka pada waktu yang ditentukan agar tidak terjebak dalam hutang yang sulit diselesaikan.

Melalui penjabaran di atas penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang berjudul Adopsi Inovasi Sistem Pembayaran Paylater Pada Kalangan Mahasiswa. Untuk itulah penulis mengambil judul ini karena penulis ingin melihat apakah fenomena yang telah di jelaskan di atas sama dengan penelitian yang akan di lakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana adopsi inovasi sistem pembayaran paylater dikalangan mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat adopsi inovasi sistem pembayaran paylater di kalangan mahasiswa

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada masyarakat mengenai metode pembayaran *paylater* masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi penulis agar dapat mengembangkan lebih luas lagi ilmu pengetahuan dan wawasan yang didapatkan dengan menganalisis sistem paylater.

2. Manfaat bagi instansi agar dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam karya ilmiah khususnya di Universitas Sriwijaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatasya, N. (2020). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopeepaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fisip Usu. *Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*
- Anggoro, M. T. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Ansar, M. A., Saraswati, N. P., Nurfatikha, R., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Penggunaan Paylater Untuk Belanja Online Mahasiswa Di Surabaya Pada Masa New Normal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember*, Vol. 8, No. 3.
- As'adi, M. H. (2020). Difusi Inovasi Dan Adopsi Inovasi 99design.Com (Studi Kasus Di Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta). *Jurnal Studi Islam Dan Sosial Volume 1, Nomor 2*, Hal.211-232.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dr. Dasrun Hidayat, S. S., Dr. Maylanny Christin, M. S., & Nur'aeni, S. P. (2022). *Teori Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Dr. H. Zaenal Mukarom, M. Si. (2021). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy. (2019). *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Febrian, R. A. (2018). Inovasi Daerah Dari Perspektif Regulasi, Konseptual, Dan Empiris (Tinjauan Terhadap Pasal Pasal 386 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah). *Jurnal Kajian Pemerintah, Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau*, Volume Iv Nomor 1.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can ! : Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Ginting, R., & Dkk. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.

- Halil, W. (2017). Peranan Komunikasi Dalam Proses Adopsi. *Buletin Informasi Teknologi Pertanian, Nomor 4*.
- Hanafi, A., Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1981). *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Hardhika, R. E., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater. *Commercium. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya, Volume 4 Nomer 02, Hal 19-32*.
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Vol. 7 No. 2*.
- Julita, E. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawatisukarno Bengkulu*.
- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa Dan Demokrasi Ekonomi Politik Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi 2* , 63-78.
- Matthew B. Miles, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, L. J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patilima, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, 1-8 Vol 5 No 9.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Rista, M. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Shopeepaylater Di Pulau Jawa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Program Studi Sarjana Terapan Keuangan Dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta*.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion Of Inovation (Fifth Edition)*. New York: Free Press
- Rusmiarti, D. A. (2015). Analisis Difusi Inovasi Dan Pengembangan Budaya Kerja Pada Organisasi Birokrasi. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi Vol. 6 No. 2*, 85-100.
- Sarkowi, Kurniawati, M. F., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Komunikasi Difusi Inovasi Fasilitator Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Penataan Kawasan Kumuh Kota Banjarmasin(Studi Kasus Program Kota Tanpa Kumuh). *Program Studi Megister Ilmu Komunikasi*.
- Sintya, F., & Sunu, A. R. (2020). Inovasi Sistem Perizinan Usaha Mikro Melalui Oss (Online Single Submission) Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Dpm-Ptsp) Kota Semarang. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Siswoyo, & Dkk. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Werner J. Severin, J. W. (2011). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Untuk Penelitian Dan Skripsi Komunikasi (Semiotik,Komunikasi, Penelitian Kualitatif)*, Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Wiratno, W. E. (2020). Nalisis Adopsi Aplikasi Uang Elektronik Melalui Pendekatan Teori Difusi Inovasi (Studi Terhadap Pengguna Aplikasi Uang Elektronik Dana Di Kota Malang). *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.