

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menggunakan *smartphone* dan memiliki akses terhadap informasi online berdampak pada banyak bidang kehidupan masyarakat di era digital kontemporer, termasuk perdagangan dan komunikasi. Karena pemasaran digital menyebarkan informasi dengan cepat, kemudahan penggunaan ponsel pintar adalah salah satu elemen yang mendorong peralihan besar ke perdagangan online. Ada banyak teknologi baru yang bermunculan. Salah satu bidang bisnis disebut “perdagangan elektronik”, yaitu pemasaran barang dan jasa melalui penggunaan alat elektronik seperti Internet. Perbankan online, jual beli barang dan jasa secara online, pembayaran tagihan, pemesanan tiket kereta api, pesawat, dan hotel, bahkan pinjaman merupakan beberapa layanan yang disediakan oleh e-commerce. Masyarakat tertarik menggunakan teknologi berbasis internet ini karena kemudahannya. Mereka yang kini melakukan transaksi sehari-hari secara online terpengaruh oleh tren ini dari segi gaya hidup.

Secara detail, Penggunaan *smartphone* dan Internet memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah mengetahui produk tertentu melalui mesin pencari, yang pada akhirnya meningkatkan pilihan konsumen ketika membandingkan item yang berbeda dan peluang jumlah produk yang dikonsumsi. Ringkasnya, konsumerisme di era digital dapat diartikan sebagai paradigma pemberdayaan dan kerentanan konsumen saat melakukan aktivitas konsumsi di era pemasaran digital.¹

Indonesia adalah negara terpadat keempat di dunia dan negara dengan jumlah penduduk terbesar. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), pengguna *smartphone* Indonesia meningkat signifikan dari tahun 2015 hingga 2019, mencapai 89,09% dari total penduduk Indonesia. Selain itu, Pemerintah Indonesia telah mendeklarasikan Indonesia sebagai *Digital Energy of Asia*. dengan menggarap dan mendukung enam pasar sebagai bagian dari kampanye “Ayo UMKM Berjualan Online”. Tokopedia, Lazada, Shopee, Blanja.com, Bukalapak, dan Blibli merupakan enam mitra marketplace tersebut. Program ini melambangkan dukungan pemerintah dan pengembangan UMKM yang menjadi tumpuan

¹ Kucuk, S. U. (2016). *Consumerism in the Digital Age*. Journal of Consumer Affairs, 515–538. <https://doi.org/10.1111/joca.12101>

perekonomian Indonesia. Pemerintah berkeinginan untuk menghadirkan produk UMKM secara online agar mampu bersaing dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Hal ini dikarenakan hadirnya marketplace memudahkan konsumen dalam membeli barang yang diinginkannya sekaligus memungkinkan pelaku ekonomi untuk lebih memperluas pasarnya. Menurut data resmi, 88% pengguna internet di Indonesia melakukan pembelian online sejak pandemi terjadi pada tahun 2021. Pembelian e-commerce tumbuh 18,1% menjadi 98,3 juta transaksi senilai total \$1 juta. Lebih lanjut, McKinsey & Company memperkirakan nilai pasar e-commerce Indonesia akan meningkat menjadi \$55 miliar hingga \$65 miliar.²

Dengan pertumbuhan pusat perbelanjaan online, muncul pula opsi pembayaran baru seperti Paylater. Layanan Paylater kini semakin populer dan ditawarkan oleh berbagai platform digital yang bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran cicilan pihak ketiga.³ Paylater adalah metode pembayaran berbasis kredit dengan sistem pembayaran di muka invoice pengguna ke merchant melalui perusahaan aplikasi Paylater. Pengguna kemudian membayar tagihan tersebut ke perusahaan aplikasi Paylater berdasarkan keadaan yang ditetapkan, seperti: B. dalam waktu 14 atau 30 hari ke depan. Pembayaran invoice dapat dilakukan secara mencicil tanpa memerlukan jaminan apa pun. Paylater kini cukup populer di kalangan generasi Milenial karena kemudahan penggunaannya, terutama di kalangan pelanggan dengan keterbatasan finansial dan tidak memiliki kartu kredit, karena persyaratannya dianggap cukup sulit, sementara permintaan akan tren baru semakin meningkat. Meningkatnya promo diskon dan cashback yang diberikan oleh berbagai platform cukup menggiurkan. Alhasil, jumlah pengguna dan transaksi yang memanfaatkan paylater pun meningkat.

Faktor-faktor tersebut di atas telah membentuk pola dan cara konsumsi masyarakat yang mulai beralih dari kebiasaan lama seperti belanja konvensional atau tatap muka ke kebiasaan baru seperti belanja internet. Selain itu, karena e-digital tersedia dengan cara bayar kemudian, hal ini mengubah gaya hidup baru yang mengarah pada konsumsi.

² Sirclo. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat*. <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>

³ Okta, E. C. *Pandangan Hukum Islam Terhadap Tunda Bayar (Paylater) Dalam Transaksi E-Commerce Pada Aplikasi Shopee*. (Universitas Islam Indonesia: 2021)

Mengapa masyarakat menggunakan *paylater*, *Paylater* mirip dengan poin kredit, waktu tunggu pembayaran ditunda selama 30 hari hingga 12 bulan, tergantung kebijakan masing-masing e-commerce. Ketika jangka waktunya berakhir, pembeli akan dikenakan bunga, sehingga mereka dapat membayar harga yang lebih besar dari harga awal. Semakin lama pelanggan membayar, semakin banyak uang yang mereka bayarkan. Meski sama-sama memiliki sistem kredit, namun *Paylater* tidak seperti kartu kredit yang memerlukan penilaian pendapatan atau penyerahan slip upah minimum..

Perbedaan *paylater* dan credit card adalah :

Tabel 1.1 Perbedaan Credit card dan Paylater

	CreditCard	Paylater
Dokumen pengajuan yang dibutuhkan	Menyiapkan dokumen yang lebih banyak. Antara lain <ul style="list-style-type: none"> • Fotokopi KTP • Kartu NPWP • Bukti penghasilan (Slip Gaji/SKP/SPT) • Fotokopi rekening tabungan • Fotokopi SIUP/TDP (khusus wirausaha) • Serta fotokopi surat izin profesi (khusus profesional). 	Menyiapkan segala bentuk dokumen dalam bentuk soft file. Dokumen yang dibutuhkan dalam pengajuan <i>paylater</i> yaitu <ul style="list-style-type: none"> • KTP • Biodata pribadi • Nomor aktif • TTD bentuk soft file
Suku bunga yang ditetapkan	2,75% - 3% per bulannya.	2,9% - 4% per bulan
Limit pinjaman yang disediakan	Kartu kredit memberikan limit pinjaman yang dependable atau setiap	Limit pinjaman yang disediakan melalui <i>paylater</i> cukup tinggi, hingga 10 juta rupiah.

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

Sumber : <http://tirto.id>

Paylater memberikan pengalaman transaksi yang jauh lebih cepat dan mudah bagi konsumen. Tidak banyak persyaratan untuk menggunakan PayLater untuk melakukan pembayaran. Siapa pun yang berusia di atas 18 tahun dapat membuka akun PayLater dan menggunakannya sekarang juga. Belum lagi banyaknya penawaran menarik dari penyedia layanan e-commerce dan paylater, seperti diskon atau bunga dan pembayaran murah. Dari sudut pandang penjual, menawarkan atau mengaktifkan layanan paylater di pasar lokal setara dengan mendorong lebih banyak konsumen untuk membeli secara online. Terutama untuk klien muda dan konsumen impulsif.

Kemudahan pembayaran memang membuat pembelian menjadi lebih mudah, namun kabar buruknya adalah kemudahan ini mendorong masyarakat untuk berperilaku impulsif. Menurut jajak

pendapat Forbes, sebagian besar responden melaporkan bahwa mereka menghabiskan 10 hingga 40% lebih banyak saat menggunakan layanan PayLater dibandingkan saat menggunakan kartu kredit, mengklaim bahwa mereka membeli perhiasan dan barang-barang berdasarkan "keinginan" yang mungkin tidak mereka perlukan.⁴Selain pembelian impulsif, pelanggan paylater, seperti sistem kredit lainnya, mungkin dibebani dengan bunga. Secara umum, penyedia pembayaran paylater dan e-commerce memberikan konsumen jangka waktu pembayaran tertentu di mana mereka tidak dikenakan bunga jika membayar tepat waktu. Namun, melewatkan tanggal pembayaran akan berdampak negatif pada nilai kredit konsumen. Jika pembayaran tidak segera dilakukan, pembayaran tersebut dapat dialihkan ke agen penagihan utang..Belum lagi jika ada kebijakan bunga atau biaya lain yang dihitung setiap kali Anda melakukan pembelian, hal ini mungkin akan jauh lebih menyulitkan jika transaksi belanja Anda menumpuk. Paylater, seperti opsi pembayaran berbasis kredit lainnya, mungkin bermanfaat jika digunakan dengan tepat.⁵

Selain keuntungan yang dinikmati pengguna Paylater, mereka juga mencantumkan beberapa kelemahan, termasuk kemungkinan pengguna menjadi pembeli kompulsif; pengaturan keuangan mungkin menjadi tidak teratur karena pengguna tertarik atau tertarik pada diskon atau promosi; dan potensi turunnya skor kredit pengguna jika gagal membayar tagihan dalam jangka waktu yang ditentukan karena keterhubungan semua data. Selain itu, pengguna Paylater berisiko bocornya informasi pribadi mereka, sehingga membuka kemungkinan bahwa pengguna akan menghadapi dampak hukum. Terakhir, bunga yang diterima pengguna Paylater berbeda-beda tergantung penyedia paylater.Ini tidak berarti bahwa itu buruk untuk digunakan, namun harus selalu mengontrol pengeluaran Anda sesuai dengan anggaran untuk memungkinkan Anda melakukan pembayaran sebelum jatuh tempo..

Orang yang berusia muda atau anak muda mengikuti perkembangan teknologi dan internet yang begitu cepat. Mahasiswa yang memiliki teknologi komunikasi atau ponsel pasti mengenal tempat perbelanjaan online Shopee, yang membuatnya lebih mudah

⁴ <https://tirtoid.com/mengenal-konsep-paylater-yang-marak-di-e-commerce-f9vX>

⁵ Tribun News. (2018). *6 Marketplace Indonesia Siap Bantu Pemerintah Online-kan UMKM*. <https://www.tribunnews.com/kilas-kementerian/2018/04/29/6-marketplace-indonesia-siap-bantu-pemerintah-online-kan-umkm/>

untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baik dalam hal kemudahan membeli barang atau pembayarannya. Adanya kemudahan dalam belanja inilah yang menjadikan rasa ketertarikan muncul dan ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus setelah mengenal Shopee PayLater tersebut.⁶ mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus saat ini tidak menutup kemungkinan mengikuti Mudah bagi mereka untuk memenuhi tuntutan mereka karena beragamnya kegiatan mereka. Baik dalam distribusi produk maupun proses pembayaran. Ada kemudahan iniyang akan membuat mereka memiliki perilaku konsumtif dan peneliti ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus setelah mengenal Shopee Paylater tersebut. Mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus tidak menutup kemungkinan mengikuti berbagai kemajuan teknologi dan kepraktisan fitur-fitur terkini. khususnya dalam kemajuan teknologi komunikasi—telepon seluler, misalnya, mampu memuat berbagai program, termasuk salah satunya adalah shopee, sebuah toko online. agar siswa dapat menggunakan pengaturan pinjaman PayLater untuk membeli secara online. penggunaan pinjaman Shopee PayLater dalam mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus menjadi sebuah fenomena baru di lingkungan Fakultas Ekonomi IAIN Kudus.

Fenomena penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus . Mahasiswa dari latar belakang kelas menengah ke atas juga memanfaatkan fungsi pembayaran Paylater ketika mereka melakukan pembelian online di E-Commerce Shopee, selain mahasiswa dari latar belakang sosial ekonomi bawah. Karena Shopee PayLater memudahkan mahasiswa dalam membeli produk, saya tertarik melihat perilaku konsumen seperti apa yang ditampilkan mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus setelah menggunakannya. Selain itu, saya ingin mendalami lebih dalam alasan Fakultas Ekonomi IAIN Kudus menggunakan Shopee PayLater.

Mengenai studi lebih lanjut, ada beberapa hal yang ingin diketahui. seperti mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam penggunaan Shopee PayLater.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam menggunakan

⁶ Abu Al-Ghifari. *Remaja Korban Mode* (Bandung: Mujahid, 2003) 11.

Shopee Paylater dan perilaku konsumtif Mahasiswa dalam menggunakan fitur Shopee Paylater.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, menjadi pedoman penelitian yang akan digunakan untuk merumuskan masalah dalam penulisan penelitian ini, diantaranya :

1. Bagaimana faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam menggunakan Shopee Paylater?
2. Bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam penggunaan Shopee Paylater?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan arah dari sebuah hasil penelitian, maka berdasarkan dari rumusan masalah dalam penelitian ini didapatkan sebuah tujuan, diantaranya :

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam penggunaan Shopee Paylater?
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam penggunaan Shopee Paylater?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ialah :

1. Manfaat Teoritis
Nilai penelitian ini secara teoritis dapat memberikan informasi segar mengenai Shopee Paylater..
2. Manfaat Praktis
 - a. Menurut penulis, temuan penelitian ini didasarkan pada apa yang mereka pelajari dari perkuliahan; selain itu, penelitian ini membantu meningkatkan literasi dan memperluas pemahaman penulis tentang cara memanfaatkan fungsi Shopee Paylater..
 - b. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat menambah wawasan dan meningkatkan *awareness* tentang penggunaan fitur Shopee Paylater sebagai sistem kredit berjangka. Berbagai perkembangan e-commerce yang menawarkan kemudahan perlu dilakukan pembatasan jumlah produk yang dibeli. Khususnya, ketika membeli sesuatu karena keinginan murni dan bukan kebutuhan, untuk mencegah konsumsi Anda menjadi tidak terkendali..

F. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian pertama berisi sampul, halaman judul, halaman pengesahan, motto dan halaman presentasi, halaman pendahuluan, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Skripsi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab, diantaranya :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan mengenai teori-teori yang terkait dengan kajian penelitian yang meliputi : pengertian E-commerce Shopee, Shopee Paylater, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan meliputi : jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitiannya, *Setting* Penelitian, Subyek Penelitian, Sumber data, Teknik Pengumpulan Data, Penguji Keabsahan Data, Teknik Analisis data, dan Diagram Alur Analisis Data yang didapat dari hasil penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai hasil temuan dari penelitian di lapangan dan pembahasan teori-teori yang terkait dengan penelitian meliputi : faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam menggunakan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi IAIN Kudus dalam penggunaan Shopee Paylater.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti memberikan kesimpulan dari penelitian, serta saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari beberapa bagian diantaranya : Daftar Pustaka, dan Lampiran-lampiran. Dalam lampiran-lampiran tersusun atas transkrip wawancara beserta foto-foto kegiatan sewaktu proses penelitian.