

BAB I

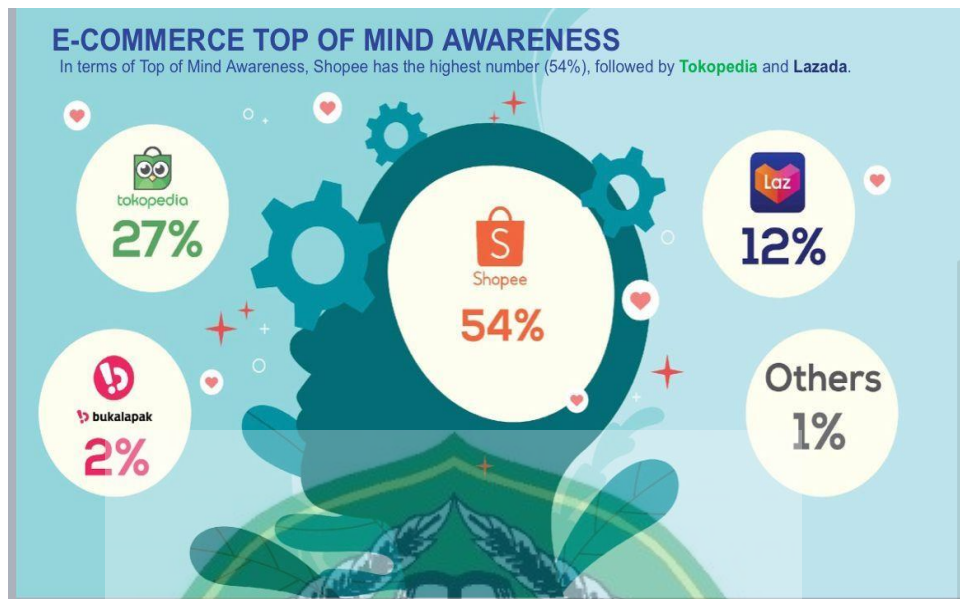
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman *modern* saat ini manusia tidak perlu lagi repot-repot harus keluar rumah untuk berbelanja, kini kita dapat melakukannya didalam rumah hanya dengan menggunakan aplikasi online shop. Salah satu aplikasi online shop jejaring sosial berbasis *E-commerce* ialah Shopee, yang berdiri pada tahun 2015 di Singapura yang dipimpin oleh Chris Feng. Terdapat beberapa Negara yang telah dijangkaunya, salah satunya yaitu Indonesia. Dalam hal ini perbandingan layanan maupun harga yang diberikanpun sangat berbeda dan juga persepsi masyarakat terhadap online shop lebih efektif dan efisien digunakan karena dapat dipesan melalui aplikasi perangkat lunak (Hp) di android maupun IOS. Dimana aplikasi shopee tersebut sudah banyak di unduh oleh masyarakat, baik dari usia muda sampai dengan orang tua. Salah satu produk yang sangat sering di beli di aplikasi shopee yaitu Pakaian (*Fashion*), tidak hanya menjual pakaian dewasa tetapi shopee juga menjual pakaian anak kecil. Dengan kata lain Shopee menyediakan produk pakaian dari segala usia mulai dari anak-anak sampai orang tua, baik muslim maupun non muslim semuanya tersedia, (Sianpar, 2021)

Dengan hal ini, aplikasi shopee tidak menggunakan fitur-fitur yang dapat menyulitkan konsumen dalam berbelanja. Dimana hal tersebut dapat mengurungkan niat pembeli dalam berbelanja. Dalam berbelanja online pastinya juga memiliki resiko tersendiri, karena sifatnya online yang artinya tidak bertemu secara langsung antara pembeli dan penjual. Dimana salah satu resiko yang menghawatirkan adalah produk yang dilihat di foto berbeda saat produk telah diterima, selain itu terdapat kekhawatiran faktor waktu pengiriman. Oleh sebab itu sebelum memutuskan membeli barang tersebut, sebelumnya lihat penilaian pembeli sebelumnya yang telah membeli produk tersebut. (Iszati, 2021)

Gambar 1. 1 Shopee Menduduki Peringkat Pertama Persaingan *E-commerce* 2021



Sumber : Ipsos perusahaan riset pasar atau *market research global*

Shopee merupakan aplikasi *mobile marketplace* yang menjadi wadah bagi penggunanya untuk berbelanja online melalui smartphone yang mereka miliki. Dalam aplikasi Shopee kita dapat mencari berbagai macam barang yang dibutuhkan seperti halnya produk elektronik, kecantikan, pakaian, perlengkapan dapur dan lain-lain. Penjual akan menyediakan deskripsi, foto, dan harga produk secara detail agar calon pembeli dapat dengan mudah mengetahui tentang produk yang ingin dibeli. Setiap *marketplace* atau situs jual beli online akan melakukan beragam cara untuk menarik peminat, salah satu contohnya adalah dengan mengadakan diskon besar-besaran. Fitur lain yang disuguhkan adalah pembagian voucher gratis ongkos pengiriman dengan minimal transaksi yang ditentukan. Sistem pembayaran untuk pembelian barang pada aplikasi Shopee terdapat beberapa kemudahan layanan yaitu dengan menggunakan kartu kredit, transfer melalui rekening bank, pembayaran melalui indomaret dan yang paling baru mereka juga menyediakan layanan “beli sekarang bayar nanti” atau bisa disebut dengan sistem cicilan atau kredit, dalam aplikasi shopee sistem ini disebut dengan shopee paylater. (Iszati, 2021)

Perkembangan aplikasi online shop di Indonesia terus maju, salah satunya terobosan baru dari aplikasi shoppe yang muncul dan banyak diperbincangkan yakni fitur Paylater. *Paylater* merupakan cara pembayaran kredit dengan cicilan tanpa menggunakan kartu kredit. *Paylater* dalam artian lain merupakan beli sekarang bayar kemudian. Maksudnya adalah pembeli bisa membeli barang saat ini tanpa membayar terlebih dahulu. Konsep *paylater* ini sama halnya dengan kartu kredit, perusahaan shoppe akan menalagi pembayaran terlebih dahulu kemudian akan ada tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan oleh perusahaan untuk melunasi pembayaran. Oleh karena itu nampaknya fitur *paylater* semakin diminati oleh masyarakat, karena dengan menggunakan fitur *paylater* masyarakat dapat melakukan transaksi secara daring tanpa harus keluar uang terlebih dahulu. (Nadya, 2020)

Kemudahan penggunaan *PayLater* menjadi salah satu inovasi *FinTech* yang kini banyak diminati oleh masyarakat dalam melakukan transaksi, *PayLater* merupakan sebuah konsep yang menyerupai kartu kredit dimana pengguna dapat melakukan transaksi pada platform *e-commerce* yang pembayarannya dapat dilakukan dengan cicilan atau pembayaran lunas pada tanggal jatuh temponya yang membedakan keduanya adalah wujud serta ketentuannya. Selain Syarat yang mudah dan proses yang cepat, salah satu aspek yang menjadi daya tarik fitur *PayLater* ini adalah mampu memberikan pinjaman kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank (*unbanked*), sehingga membuka kesempatan bagi berbagai jenis kalangan masyarakat dalam menggunakan fitur *Pay Later* ini, daya tarik inilah yang kemudian menjadikan *PayLater* menjadi salah satu inovasi yang diminati pengguna saat ini, Selain itu, fitur *PayLater* saat ini juga dijadikan sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh banyak platform *e-commerce* untuk menarik minat pengguna. (Vivi & Agung, 2022)

Adanya fitur *Paylater* membuat sistem transaksi online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan *Paylater* sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya *e-commerce*, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana

memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh sebab itu, saat ini ada beberapa perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang menyediakan layanan *Paylater* untuk pengajuan cicilan. Salah satu di antaranya adalah aplikasi Shopee. (Nadya, 2020)

Gambar 1. 2 Tampilan Fitur Shopee Paylater



Sumber : [\(VIDEO\) Cara Aktivasi Shopee Paylater Terbaru 2023 - Nekopencil](#)

Aplikasi Shopee telah merilis fitur Paylater bernama SPayLater. Saat itu diperkenalkan pada awal Januari 2019. Shopee bekerja sama dengan beberapa PT untuk menyediakan fitur kredit ini. PT. Lentera Dana Nusantara (sebagai operator layanan kredit dan kredit berbasis teknologi / platform P2P lending), PT. Commerce Finance (sebagai perusahaan keuangan), dan anggota lain yang berkolaborasi dengan PT. Lentera Dana Nusantara atau PT. Commerce Finance untuk memberikan pinjaman kepada pengguna. Fitur SPayLater ini hampir sama dengan kartu kredit. Karena setelah mengaktifkan akun dan akan diberikan limit pinjaman berupa saldo yang dimana dapat digunakan untuk berbelanja tanpa menggunakan uang terlebih dahulu, namun setelah itu juga ditentukan untuk tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan untuk melunasi cicilan. Disamping itu banyak sekali keuntungan diberikan oleh fitur SPayLater kepada para penggunanya salah satunya yaitu bunga cicilan yang sangat rendah yakni sebanyak 2,95% pada program beli sekarang bayar nanti dalam kurun waktu satu bulan, serta cicilan yang dibayarkan dalam tenggat waktu 3, 6, 12, bulan. Selain biaya bunga SpayLater juga memberlakukan biaya penanganan per-transaksi sebesar

1% serta jika ada keterlambatan penulisan cicilan yang lewat dari tanggal jatuh tempo yang telah di tetapkan sehingga akan diberlakukan denda sebesar 5%. (Kurniasari & Fisabilillah, 2021)

Kemudahan pengajuan serta pengaplikasian ShopeePay Later membuat generasi milenial mengubah gaya hidupnya yang dulunya takut berhutang kini menjadi pengguna setia layanan ini. Fenomena ini dibuktikan oleh survey dari jakpat, bahwa generasi milenial mendapatkan predikat “buy now, paylater generation” (blog.jakpat.net,2020). perspektif kemudahan pengaplikasian (perceived ease of use) merupakan fase kepercayaan seseorang apabila seseorang menggunakan system tersebut maka akan terjadi penurunan upaya (Davis, 1989). Kemudahan yang di implementasikan pada perilaku konsumen online, marketplace yang mudah dioperasikan akan mudah diterima konsumen sehingga kemudahan ialah faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen saat melakukan tindakan konsumsi (Pavlou, 2003). Kemudahan transaksi secara online tentunya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi pada masyarakat (Farah & Canggih, 2021) .

Dampak yang ditimbulkan karena kemudahan ini yaitu meningkatnya sifat konsumtif masyarakat (Giswandhani & Hilmi, 2020). Kepercayaan pengguna tercipta karena adanya kemudahan yang dirasakannya dalam pengoperasian ShopeePay Later. (Rahmad et al., 2017) memaparkan bahwa kemudahan berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan pengguna suatu sistem online. Kepercayaan merupakan fundamental utama yang memengaruhi perilaku konsumen (Chen & Barnes, 2007). Tindakan kesadaran dari semua pengetahuan dan kesimpulan dari objek, atribut serta manfaatnya (John C. Mowen dan Michael Minor, 2002). Dalam Morgan & Hunt, 1994 Popularitas dari Shopee menjadikan pembangun kepercayaan penggunaannya, seseorang akan lebih meyakini sesuatu yang terlibat dalam transaksi dengan memiliki reliabilitas dan integritas. (Farah & Canggih, 2021)

Gaya hidup konsumtif akan menjadi kebiasaan yang akan menjadi karakter yang sulit diubah. Akan terjadinya kecanduan belanja tidak bisa lagi membedakan kebutuhan dengan keinginan yang disebut compulsive buying disorder. Fenomena

kecenderungan perilaku konsumtif di kota besar khususnya Surabaya terutama pada kalangan milenial juga di pengaruhi oleh faktor lingkungan (Darma & Japarianto, 2014). Mayoritas penduduknya memiliki taraf hidup tinggi yaitu kalangan menengah keatas. Masyarakat memiliki taraf hidup yang tinggi karena dipengaruhi oleh faktor internal dan external yang membudaya (Alinda Mahdiyan, 2019). Menurut Ben Soebiakto, kalangan milenial di kota besar dengan rentan usia 20-an dan baru memiliki pekerjaan merupakan kategori kalangan paling konsumtif. (Farah & Canggih, 2021)

Kehidupan mahasiswa tentu tidak mudah, ketika seseorang menjadi mahasiswa otomatis kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan mendasar atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup. Tetapi ada kalanya mahasiswa mengalami krisis akhir bulan, sehingga kehadiran ShopeePaylater cenderung menjadi ‘penyelamat’ karena fitur ini sangat membantu bagi mahasiswa yang tidak memiliki cukup uang pada akhir bulan untuk memenuhi kebutuhannya. Namun di sisi lain, tidak menutup kemungkinan jika fitur tersebut nantinya menjadi bumerang bagi penggunaanya. Kemudahan Shopee *PayLater* sebagai pilihan metode pembayaran di Shopee berpotensi mendorong perilaku konsumtif. (Farah & Canggih, 2021)

Perilaku konsumtif merupakan tindakan konsumen untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa secara berlebihan hanya untuk memenuhi keinginan, tanpa memikirkan manfaat atau kebutuhan dari barang atau jasa tersebut. Hal ini bisa disebabkan oleh konsumen yang tidak berpikir dua kali untuk membeli sesuatu yang sejatinya tidak benar-benar dibutuhkan. Masyarakat saat ini membeli suatu produk bukan lagi melihat dari sisi kegunaan dan manfaatnya, melainkan hasrat dan keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Apalagi jika mereka adalah konsumen yang memiliki tipe “pantang lihat promo” akan menjadi seenaknya dalam melakukan kegiatan belanja. Karena konsep belanja sekarang ini tidak lagi berpatok pada kebutuhan sehari-hari, melainkan kesenangan untuk memenuhi gaya hidup. Alhasil, penggunaan yang berlebihan tersebut menimbulkan tumpukan hutang karena membeli tanpa pikir panjang dan beranggapan bisa mencicil kemudian. Perilaku semacam ini bisa menimpa siapa

saja dari berbagai kalangan termasuk mahasiswa yang hasrat dan keinginannya cenderung belum stabil.

Mahasiswa termasuk golongan remaja yang memiliki tingkat pendidikan paling tinggi, kematangan dalam berpikir pun mulai meningkat. Pola berpikir secara kritis dapat menilai apa yang dihadapinya. Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi paylater. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% Travelling (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% Shopping (belanja ber merk). Mengenali kebiasaan berbelanja sangat kompleks seperti; pertama, cenderung bersifat sophisticated yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan hadirnya teknologi. Ketiga, merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan, dari kebiasaan tersebut. Informasi produk melalui media sosial sudah menjadi konsentrasi individu saat sedang melakukan berselancar beranda media sosialnya, informasi suatu merek sampai penawaran harga menjadi tradisi bagi individu sebelum melakukan pembelian secara bertahap. (Revan & Huda, 2021)

IAIN Syekh Nurjati Cirebon merupakan salah satu perguruan tinggi yang ada di kota Cirebon. IAIN Syekh Nurjati Cirebon memiliki beberapa fakultas yang salah satunya adalah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Didalam fakultas FEBI terdapat enam program studi yang salah satunya adalah program studi ekonomi syariah, Dimana program studi tersebut mengkaji ekonomi islam secara menyeluruh. Kajian dalam ekonomi syariah tersebut idealnya akan menjadi sebuah ilmu terapan dalam kehidupan ekonomi yang sesuai dengan ajaran agama islam oleh mahasiswa-mahasiswanya. Khususnya yang berkaitan dengan keekonomian, keuangan, lembaga keuangan, kegiatan muamalah, dan entrepreneur. Secara umum mahasiswa ekonomi syariah telah dibekali ilmu perilaku konsumen yaitu dibuktikan dengan adanya mata kuliah digital business behaviour yang merupakan mata kuliah yang membahas bagaimana harus

bersikap dalam digital business, sehingga diharapkan mahasiswa ekonomi syariah menerapkan ilmunya dalam melakukan segala kegiatan transaksi baik membeli atau menjual secara daring/online.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Pola Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati)”.

Objek penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam prodi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati yang tercatat sebagai mahasiswa aktif di kampus tersebut. Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih populasi tersebut karena berdasarkan hasil pengamatan awal, sebagian besar mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati menggunakan fitur Shopee *Paylater* untuk melakukan belanja online, sehingga peneliti ingin melihat dampak dari penggunaan fitur Shopee *Paylater* khususnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijabarkan diatas, Maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kemudahan Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ? (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati) ?
2. Apakah gaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap penggunaan fitur Shopee *Paylater* pada aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati) ?
3. Apakah Kemudahan Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* Dan Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati) ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih fokus dan terarah maka peneliti merasa perlu membuat pembatasan masalah. Adapun yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian bersifat kuantitatif.

2. Peneliti membatasi masalah penelitian ini agar tidak melebar dan terjadi pembahasan diluar masalah, peneliti fokus dalam pembahasan masalah sesuai dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopee *Paylater* Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati).
3. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati yang masih aktif dan pernah menggunakan fitur Shopee *Paylater*.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti sesuai dengan masalah yang telah diuraikan dan melatarbelakangi masalah tersebut yaitu;

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan fitur Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup mahasiswa terhadap perilaku konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan fitur Shopee *Paylater* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati).

E. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak baik dari segi teoritik, akademik dan praktisi terkait dengan pembahasan pada penelitian yaitu:

1. Secara Teoretis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta manfaat teoretis dan ilmiah pada lingkup komunikasi, khususnya aspek kajian dan metodologi yang berkaitan dengan pengaruh kemudahan penggunaan fitur Shopee *Paylater* dan dampaknya pada perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Secara Akademis Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas dan memperdalam pengetahuan *civitas* akademika baik pengajar maupun mahasiswa yang berada dalam lingkup kajian komunikasi mengenai topik penelitian yang diangkat.

3. Secara Praktis Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan baik oleh para peneliti, praktisi, maupun pengguna media teknologi dan komunikasi untuk mengambil langkah-langkah yang sesuai dan diperlukan dalam bidang yang berkenaan dengan penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu rangkaian pembahasan yang mencakup dalam isi penelitian, yang mana satu dengan yang lain saling berkaitan dan berhubungan sebagai satu kesatuan yang utuh, yang merupakan urutan dari setiap bab, maka penulis menyusun skripsi ini ke dalam bab yang masing masing terdiri dari beberapa sub-sub yang saling berkaitan. Adapun susunannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi, penulis menguraikan mengenai latar belakang permasalahan pada Pengaruh Pola Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati). rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang penulis mencoba menguraikan tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori mengenai Pengaruh Pola Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, sumber data yang berisi sumber primer dan sekunder, lalu berisi tehnik pengumpulan data juga tehnik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum tentang Pengaruh Pola Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi pernyataan singkat berupa kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas dan saran untuk pemanfaatan penelitian dimasa mendatang dan masukan bagi pihak terkait. Serta penutup dimana pada bagian ini terdiri dari kesimpulan yang di dapat dari hasil akhir penelitian dan saran bagi pembaca.

