

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang jasa dan makanan yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan atau keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah masalah atau tidak mendatangkan mudharat (Rohadatul, 2019, hlm. 25). Sebagai yang tercantum dalam Q.S. Al Baqarah/2: 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لِكَمْعَدُوٍّ مُبِينٌ ۝ ١٦٨

Artinya :

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Konsumen sebagai individu memiliki kriteria dan kondisi yang berbeda satu sama lain sehingga menyebabkan kompleksnya perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan dalam mendapatkan, mengonsumsi produk atau jasa, Serta melakukan keputusan pembelian (Effendi, 2016, hlm. 247). Perilaku konsumen *The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Berdasarkan definisi tersebut terdapat tiga ide penting diantaranya

perilaku konsumen adalah dinamis, hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan koneksi, perilaku dan kejadian sekitar, dan hal tersebut melibatkan pertukaran (Setiadi, 2015, hlm. 65). Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor diantaranya faktor budaya faktor sosial faktor pribadi dan faktor psikologis (Kotler & Armstrong, 2011, hlm. 202). Kebutuhan ekonomi berkaitan dengan penggunaan waktu dan uang konsumen dengan sebaik-baiknya. Beberapa konsumen mencari harga terendah. Yang lain akan membayar ekstra untuk kenyamanan. Dan yang lain mempertimbangkan harga dan kualitas untuk nilai terbaik. Kebutuhan ekonomi mencakup pembelian atau penggunaan, kenyamanan, efisiensi dalam operasi atau penggunaan, ketergantungan dalam penggunaan, dan peningkatan pendapatan. Salah satu tanda Modernisasi masyarakat dunia, termasuk Indonesia adalah adanya perkembangan alat pembayaran atau penjualan yang semakin pesat dan maju. Ada dua jenis alat pembayaran yang diciptakan dan diselenggarakan oleh bank Indonesia yaitu alat pembayaran tunai dan non tunai. Instrumen pembayaran non tunai yang dikembangkan oleh pelaku sistem pembayaran di Indonesia adalah uang elektronik atau *E-money*. Bank Indonesia yang dimaksud uang elektronik atau *E-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi uang elektronik melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti sistem penyimpanan harga digital, salah satu contoh uang elektronik adalah *Electronic Funds Transfer* (EFT) (Riley & Kulathunga, 2017, hlm. 150).

Bank dunia mendefinisikan mekanisme akses instrumen uang elektronik ke rekening *prefund* yang disimpan di bank atau lembaga non bank yang dapat digunakan melalui internet, kartu pembayaran, atau ponsel. Instrumen tersebut memiliki potensi untuk mengurangi ketergantungan pada instrumen pembayaran berbasis kertas dengan secara dramatis memperluas akses ke pembayaran Elektronik untuk jumlah konsumen yang lebih besar, terutama konsumen yang tidak memiliki rekening bank. Dari sekian banyak perusahaan yang menawarkan layanan uang elektronik perusahaan lembaga pembayaran independen yang menarik perhatian peneliti, khususnya PT Airpay International Indonesia yang merupakan penerbit uang elektronik berbasis aplikasi smart phone atau smart finansial apps yaitu shopee.

Teknologi yang diciptakan dengan adanya internet didalamnya dapat memuat beragam aplikasi tersebut memberikan kemudahan bagi manusia dalam melakukan transaksi, atau dalam melakukan aktivitas menjual dan membeli secara online tanpa bertemu secara langsung. Tempat yang disediakan dalam aplikasi penjualan online disebut sebagai *E-Commerce*. *E-Commerce* yang ada saat memberikan banyak pilihan, dan berbagai fitur-fitur didalamnya yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya. Adanya berbagai fitur baru yang diciptakan tersebut menjadikan penggunanya tertarik dan ingin menjadi pengguna *E-Commerce* tersebut. *E-Commerce* merupakan sebuah tempat penjualan atau pemasaran, penyebaran, pembelian barang maupun jasa melalui sistem elektronik dengan menggunakan saluran internet, televisi, sebuah web (www), dan lain sebagainya. Aktivitas jual beli ataupun melakukan transaksi

sebelum teknologi diciptakan, dilakukan secara langsung dengan bertemu fisik anatar pembeli dan juga penjual. Namun saat perkembangan teknologi yang semakin pesat ini menjadikan aktivitas transaksi atau jual beli tidak lagi dilakukan secara bertemu secara langsung. Sehingga salah satu munculnya teknologi dan internet memberikan kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui *E-Commerce* tersebut. Banyak sekali masyarakat Indonesia yang telah menggunakan *E-Commerce* dalam membantu untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Salah satu *E-Commerce* yang diminati oleh warga negara Indonesia yaitu Shopee.

Shopee merupakan platform belanja online atau *Marketplace*, tempat untuk melakukan penjualan dan pembelian secara online. Shopee memberikan berbagai sistem pembayaran secara COD (*Cash On Delivery*), *Mobile Banking*, Shopee Pay, kartu kredit ataupun Pay Later dengan melakukan cicilan. Hingga pembayaran dalam aplikasi Shopee tersebut juga menawarkan pembayaran melalui minimarket seperti Indomart, ataupun Alfamart. Munculnya *E-Commerce* Shopee ini menjadikan masyarakat memiliki pengalaman baru dalam berbelanja dengan berbagai fitur yang diberikan oleh Shopee.

Membeli suatu barang maupun jasa sebelum pesatnya perkembangan teknologi dan internet ini, suatu toko atau tempat usaha tersebut menyediakan beragam pembayaran untuk masyarakat yaitu dapat dibayar secara langsung dengan uang cash, ataupun dicicil dengan setiap minggu atau bulannya menemui pemilik usaha untuk melakukan pekbayaran cicilan tersebut. Saat ini, Shopee memberikan warna baru dalam dunia perdagangan. Dengan adanya teknologi

yang semakin canggih dan perkembangan internet yang semakin maju serta merata menjadikan Shopee mengeluarkan berbagai fitur-fitur yang menarik dalam melakukan pembayaran atau transaksi melalui online. Pembayaran atau transaksi online yang disediakan Shopee saat ini tidak hanya dilakukan pembayaran secara lunas, melainkan Shopee juga menyediakan pembayaran online yang dilakukan secara kredit. Pembayaran online secara kredit ini diterapkan oleh *E-Commerce* Shopee yaitu terdapat fitur SPayLater. Shopee merupakan sebuah fitur dalam aplikasi mobile tempat belanja online dengan didalam platform belanja online tersebut orang-orang dapat berbelanja, berjualan segala hal yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Aplikasi Shopee membuat inovasi yaitu dalam SPayLater dengan menawarkan berbagai produk kepada penggunanya dengan metode pembayaran yang aman, memberikan kemudahan pembayaran, hingga menjadikan proses jual beli menjadi menyenangkan. SPayLater yang berada dalam aplikasi Shopee ini disediakan oleh PT Commerce Finance dengan melakukan belanja online menggunakan metode pembayaran dana talang atau pinjaman dengan perusahaan yang terkait. Aktivitas membeli suatu produk dengan menggunakan dana pinjaman yang ada dalam SPayLater tersebut maka pengguna akun tersebut yang telah terdaftar identitasnya harus melakukan pembayaran dalam aplikasi tersebut dengan batasan waktu yang telah ditentukan. Adanya SPayLater yang telah muncul dalam E-Commerce Shopee menjadikan kemudahan bagi penggunanya dalam memberi suatu produk yang mereka butuhkan atau mereka inginkan.

Segala kemudahan dalam kecanggihan alat komunikasi saat ini menjadikan anak-anak muda tertarik dan menerapkan atau mengikuti adanya kemudahan berbelanja online serta berbagai sistem pembayaran yang ada. Shopee saat ini telah banyak diminati dari berbagai kalangan terutama diminati oleh kalangan remaja yang mengikuti perkembangan teknologi dan kecanggihan teknologi yang ada dalam alat komunikasinya. Dengan banyaknya kemudahan yang diberikan oleh shopee baik dalam mencari suatu produk, melakukan pembelian hingga kemudahan dalam pembayaran maupun pengantaran produk itu sendiri. Shopee PayLater memiliki penawaran pinjaman dana untuk membeli suatu produk. Adanya Shopee PayLater yang dapat melakukan pinjaman dana untuk membeli barang maka akan memudahkan penggunaanya dalam membeli produk. Adanya kemudahan berbelanja dan kemudahan dalam pembayaran atau transaksi tersebut dapat menarik konsumen hingga dapat saja menimbulkan perilaku konsumen.

Shopee adalah sebuah situs *e-commerce* (elektronik komersial) yang didirikan oleh sebuah perusahaan di Singapura, SEA Group yang telah berdiri sejak 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali hadir di Singapura pada tahun 2015, dan sejak pada saat itu, shopee melebarkan sayapnya ke berbagai Negara Asia, seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015, sedangkan shopee baru memulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015 (Azka Fikri, 2021). Pada tahun 2017 flat from ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari 4 juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan Pembayaran non tunai dan pembayaran

menggunakan ponsel. Aplikasi shopee saat ini tersedia untuk platform Android dan IOS.

Aplikasi Shopee telah merilis fitur Paylater yang bernama SpayLater. Saat itu diperkenalkan pada awal Januari 2009. 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. ShopePayLater merupakan salah satu layanan keuangan yang disediakan yang fungsinya sama dengan kartu kredit namun tanpa menggunakan kartu.(Sari dkk., 2022) Karena setelah mengaktifkan akun kemudian akan diberikan limit pinjaman berupa saldo yang dimana bisa digunakan untuk berbelanja tanpa menggunakan uang terlebih dahulu, namun setelah itu juga akan ditetapkan tanggal jatuh tempo untuk melunasi cicilan. Disamping daripada itu banyak sekali keuntungan yang diberikan oleh pihak SpayLater kepada para penggunanya salah satunya yaitu memberikan bunga cicilan yang sangat rendah sebesar 2,95% pada program beli sekarang bayar nanti dalam kurun waktu satu bulan, serta cicilan yang dibayarkan dalam tenggat waktu 3,6,12 bulan(Orientani & Kurniawati, 2021). Selain biaya bunga SpayLater juga memberlakukan biaya penanganan transaksi sebesar 1% serta jika ada keterlambatan pelunasan cicilan yang lewat dari tanggal jatuh tempo yang telah ditetapkan sehingga akan diberlakukan denda sebesar 5%.

Shopee paylater adalah salah satu bentuk dari e-wallet atau dompet digital. E-wallet adalah uang elektronik yang berbasis pada server. E-wallet berbentuk sebuah aplikasi yang ada pada smartphone Anda. Ketika mengakses e-wallet juga biasanya pengguna membutuhkan internet sehingga berbeda dengan *e-money*. Singkatnya, jika *e-money* secara fisik bisa dimiliki dan dipegang, e-wallet justru tertanam atau ada di dalam handphone penggunanya. Paylater yang ada di aplikasi Shopee bisa langsung digunakan pada saat melakukan pemilihan metode pembayaran dalam menggunakan fitur Shopee dengan limit yang sudah ditentukan oleh pihak aplikasi. Paylater Shopee merupakan salah satu penyedia paylater yang dapat digunakan pembayaran produk tertentu dengan syarat merchant tersebut harus bekerjasama dengan gojek sebelumnya. Selain Gojek, terdapat dompet digital OVO yang menyediakan layanan paylater. Traveloka dasarnya produk *e-commerce* penjualan tiket pesawat dan hotel yang tercepat, termurah dan terlengkap. Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama paylater yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Berbelanja online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan. 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 bermerk).(Lestari dkk., 2021)

Mengenal 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.(Piranda dkk., 2022) Namun di sisi lain hal inilah yang mengakibatkan adanya perilaku mahasiswa yang sering kali tidak dapat mengabaikan keinginan untuk membeli produk yang menurutnya menarik dan akhirnya menjadikan mahasiswa memiliki perilaku konsumen yang konsumtif. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional atau masuk akal, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.(Zusrony, t.t.)

Namun dengan adanya keuntungan yang diberikan dapat membuat perubahan pada perilaku berbelanja. Perilaku konsumen diartikan sebagai karakter yang ditunjukkan konsumen ketika mereka memilih membeli, memakai, mengevaluasi, dan menghabiskan produk barang dan jasa yang diharapkan bisa melengkapi kebutuhan mereka. (Suprihati & Utami, 2015). Perilaku pembelian adalah aktivitas pribadi yang berperan secara langsung dalam proses mencari dan memakai barang dan jasa serta proses pertimbangan yang berdasar pada proses

perencanaan dan penetapan kegiatan tersebut (Astasari, 2018). Berkenaan dengan perilaku konsumen, perilaku pembelian diawali dari kesadaran akan keperluan yang kemudian disusul dengan proses eksplorasi, aksi, serta penilaian atas produk barang dan jasa yang telah didapatkan. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa terdapat lima indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu: faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan persepsi (Astasari, 2018).

Demikian pula di kalangan konsumen di Indonesia, survei yang dilakukan pada bulan Desember 2017 oleh The Asian Parent mengungkapkan bahwa shopee adalah platform belanja pilihan pertama bagi para ibu di Indonesia 73%, diikuti oleh Tokopedia 54%, lazada 51%, dan Instagram 50%. Pada April 2020, shopee di Indonesia mulai mempromosikan penjualan makanan siap saji di platform shopee untuk menjadi pemain ketiga yang bersaing dengan gofood dan grabfood. Program yang diberi nama shopee FOOD ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta. Diakses pada tanggal 2022-3-09. Strategi yang digunakan shopee untuk meningkatkan mobilitas penggunanya dengan cara bekerjasama dengan sistem pembayaran dengan perusahaan yang berada di bawah naungannya di PT Airpay International Indonesia. Shopee sangat berkembang pesat dengan cara menciptakan fitur layanan uang elektronik yang bisa menjadi pilihan metode pembayaran transaksi online. Shopeepay merupakan dompet digital yang untuk bisa ditransaksikan harus diisi dana, baik melalui rekening maupun lewat Alfamart dan Indomaret. Shopeepay berbeda dengan shopee payletter, sesuai namanya shopee payletter fitur ini digunakan untuk memberikan

pinjaman atau cicilan pengguna shopee Indonesia, Dengan kata lain fitur ini bisa dikatakan mirip seperti kartu kredit yang diciptakan untuk membantu user shopee yang ingin berbelanja barang tapi belum memiliki dana yang cukup, setelah bertransaksi menggunakan aplikasi shopee payletter, pengguna kemudian akan diwajibkan untuk membayar tagihan cicilan yang sudah disetujui sebelum tanggal jatuh tempo untuk menghindari denda bunga yang sudah dibahas sebelumnya. Sesuai visi uang elektronik shopee berusaha menjadi aplikasi keuangan yang bekerja secara berkelanjutan dan juga misi sosial yang ingin dikembangkan shopee, shopee bertekad melalui aplikasi pembayaran yang praktis ini dukung program pemerintah terkait gerakan non tunai, salah satu yang ditawarkan adalah sistem uang elektronik.

Menurut observasi awal yang dilakukan peneliti, penggunaan shopee sudah berkembang cukup pesat di kota Banjarmasin seperti yang disampaikan oleh beberapa teman saya di Banjarmasin penggunaan shopee sampai Sampai saat ini di pantau seluruh ibu rumah tangga bisa menggunakan shopee. Hal ini membuktikan bahwa Shopee mendapatkan respon positif dari masyarakat.

Hasil dari observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian dari 10 mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin 8 diantaranya satu bulan sekali bahkan lebih melakukan pembelian melalui *shopee*. Mahasiswa tersebut biasanya membelanjakan uangnya dari Rp. 50.000 hingga Rp. 500.000 lebih dalam sebulan untuk berbelanja di Shopee. Menurut peneliti jumlah nominal tersebut adalah jumlah nominal yang cukup fantastis untuk kalangan mahasiswa yang

notabeneanya masih duduk dibangku kuliah dan belum bekerja. Adapun data pengguna SpayLater dari kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin peneliti melakukan wawancara pada 10 mahasiswa sebagai informan dalam observasi awal dan hasilnya dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1.1

Data Transaksi SpayLater Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

No	Inisial	Transaksi Terakhir	Nilai Transaksi	Keterangan
1.	TMD	24 Juni 2023	80.000	Kemeja
2.	YAS	03 Juli 2023	350.000	Meja belajar, jilbab, dompet
3.	SDR	12 Juli 2023	400.000	Mukena, boneka, tas
4.	NPW	07 Mei 2023	250.000	Baju, Skincare, tas
5.	AJP	22 Mei 2023	3.000.000	Baju, make up, dll
6.	NQA	15 Juni 2023	340.000	Baju, tas, sepatu
7.	IOI	03 April 2023	145.000	Karpet bulu
8.	AP	08 Juli 2023	15.000	Baso aci
9.	LR	11 Juli 2023	50.000	Pakaian
10.	ALS	17 Juli 2023	800.000	Skincare, tas, baju, dan badcover

Sumber: Data diolah sendiri (2023)

Berdasarkan tabel data transaksi diatasn dapat diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin banyak yang menggunakan layanan SpayLater. Data yang disajikan adalah data transaksi terakhir sedangkan dalam satu bulannya ada yang melakukan transaksi hingga 4 sampai 5 kali dengan nilai transaksi yang cukup besar.

Dari hasil penelitian awal ditemukan bahwa 5 dari 10 mahasiswa yang menjadi subjek penelitian diketahui bahwa 10 ternyata lebih besar dari pasak dari pada tiang dalam berbelanja. Hal ini dapat dibuktikan dari data transaksi terakhir yang menunjukkan bahwa 5 mahasiswa tersebut melakukan transaksi dengan menggunakan SpayLater dengan nilai transaksi diatas 300.000 per 1 kali transaksi sedangkan mahasiswa tersebut menggunakan SpayLater lebih dari 1 kali transaksi.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana konsumen dalam menggunakan uang elektronik di kota Banjarmasin. Selain itu, penulis mencoba mengungkap faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan uang elektronik. Sehingga yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah konsumen yang telah menggunakan uang elektronik shopie di kota Banjarmasin dengan minimal dua kali transaksi. Adapun teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang perilaku konsumen. Dalam teori tersebut mempelajari tentang karakteristik karakteristik perilaku seseorang, untuk mengerti keinginan konsumen serta mencoba mengetahui pengaruh pengaruh perilaku dalam pembelian produk. Melalui teori perilaku konsumen tersebut, penulis dapat mengerti proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan uang elektronik shopee secara individu maupun

kelompok peserta dengan faktor faktor yang mempengaruhi. Berdasarkan pemaparan-pemaparan diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE SPAYLATER PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen dalam menggunakan pinjaman online pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin?
2. Apa saja faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumen dalam menggunakan pinjaman online pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam menggunakan pinjaman online pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumen dalam menggunakan pinjaman online pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

D. Signifikan Penelitian

Selain mempunyai tujuan yang ingin dicapai, peneliti juga mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya mengenai perilaku konsumen dalam keputusan penggunaan uang elektronik. Penelitian ini juga sebagai sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin Pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya serta pihak pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi penulis berikutnya yang ingin meneliti lebih lanjut lagi tentang hal yang sama namun sudut pandang yang berbeda.
2. Secara praktisi, khususnya bagi lembaga penerbit uang elektronik baik bank maupun non bank. Hasil penelitian ini dapat di manfaat kan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam menggunakan uang elektronik guna menyusun strategi pemasaran dan evaluasi operasional dalam meningkatkan kualitas produk. Sehingga penerbit dapat menjabarkan dengan lebih jelas target dan sasaran pengguna yang dimaksud. Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh pemegang otoritas pengatur sistem pembayaran yaitu bank Indonesia dan pemerintah dalam memberikan pendidikan tentang uang elektronik kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman tentang sistem pembayaran berbasis elektronik

guna menggalakkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi jika masyarakat ingin menggunakan uang elektronik khususnya shopeepayletter dengan memperhatikan segala aspek yang terkait.

E. Definisi Operasional

Agar tidak ada penafsiran yang berbeda yang dikhawatirkan keluar dari tujuan sebenarnya, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan definisi terhadap istilah dari judul penelitian seperti perilaku, konsumen, menggunakan, uang elektronik, dan shopeepayletter yang akan dibahas, yaitu:

1. Perilaku Konsumen

Menurut John C. Moven dan juga Michael Minor mendefinisikan perilaku konsumen adalah proses pembuatan keputusan seseorang dalam menerima atau menggunakan produk tertentu.

Definisi umum dari Perilaku konsumen adalah yang mempelajari mengenai konsumen dan bagaimana mereka dalam melakukan produk baik berupa barang maupun jasa.

2. Pinjaman SpayLater

Produk layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Commerce Finance serta pihak lain yang bekerja sama dengan PT Commerce Finance untuk memberikan pinjaman bagi Pengguna. PT Commerce Finance diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan).

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahpahaman dan mempelajari permasalahan yang diangkat, maka diperlukan penelitian terdahulu untuk membedakan penelitian yang telah ada. Penelitian yang dimaksud antara lain:

1. Jurnal yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce” pada tahun 2022 yang dibuat oleh M. Soleh Mauludin, Adnan Dewa Saputra, Anggi Zulfika Sari, Itatul Munawaroh, dan Erica Pramesti Regita. Dengan hasil yang menyatakan bahwa perilaku yang ditunjukkan oleh para mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri dalam mengambil keputusan disetiap pembelajaran di E-Commerce shopee menunjukkan bahwa setiap barang yang dibeli merupakan barang yang memiliki manfaat yang besar dan juga dan juga senantiasa hanya untuk keinginan semata melainkan juga barang tersebut adalah barang yang dapat digunakan dengan jangkauan waktu yang cukup lama sehingga terhindar dari pembelian barang yang berulang-ulang. Dan faktor yang mempengaruhi pengambilan sebuah keputusan pembelian di E-Commerce Shopee yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi(Mauludin dkk., 2022). Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang perilaku konsumen. Dan untuk perbedaannya terletak pada objek, yang mana penelitian ini mengambil objek tentang transaksi di E-Commerce, sedangkan penelitian saya mengambil objek tentang perilaku konsumen dalam menggunakan uang elektronik.

2. Jurnal yang berjudul “Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop” pada tahun 2020 yang dibuat oleh Noor Fatmawati. Latar penelitian ini adalah perkembangan teknologi internet memberikan banyak kemudahan dan mengubah perilaku masyarakat Indonesia. Karena kemudahan dan kepraktisan inilah banyak konsumen yang tertarik untuk belanja online terutama masyarakat Indonesia. Untuk itu perlahan-lahan gaya hidup masyarakat Indonesia mulai berubah. Online Shopping menjadi perbincangan dan menjadi daya tarik tersendiri oleh sebagian mahasiswa. Diluar manfaat adanya online shopping terdapat kekurangan salah satunya perubahan gaya hidup pada mahasiswa yang bersifat konsumtif. Mereka berbelanja melalui online bukan karena kebutuhan tetapi agar terlihat fashionable. Untuk itu perumusan pada penelitian ini adalah bagaimana gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shopping. Penelitian ini menyimpulkan bahwa online shop telah merubah gaya hidup mahasiswa yang terlihat dari perilaku konsumtif. Faktor yang melatar belakangi perilaku konsumtif pada mahasiswa ini adalah akses yang mendukung pemenuhan kebutuhan melalui online shopping dengan menghemat waktu (Noor Fatmawati, 2020). Persamaan dengan penelitian ini persamaannya ialah sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen, dan untuk perbedaannya terletak pada objeknya, yang mana pada penelitian ini berfokus pada gaya hidup akibat dari adanya online shop, sedangkan penelitian sekarang ini objeknya tentang perilaku konsumen dalam penggunaan uang elektronik selanjutnya.

3. Jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee” pada tahun 2022 yang dibuat oleh Diditya Anugrah Panjalu dan Elly Mirati. Shopee merupakan salah satu platform paylater yang mengalami peningkatan transaksi selama pandemi. Penelitian yang dilakukan oleh DSResearch pada tahun 2021 menunjukkan adanya peningkatan penggunaan metode pembayaran paylater diberbagai situs belanja online, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2019 hingga 2021. Dengan adanya kemudahan seperti pada saat melakukan proses registrasi hingga proses transaksi yang tidak memerlukan waktu lama, seringkali pengguna terlena akan hal tersebut (Panjalu & Mirati, 2022). Persamaannya ialah sama-sama meneliti topik yang berhubungan dengan spaylater pada aplikasi shopee, sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya, yang mana objek penelitian trdahulu ini berfokus pada minat pengguna. Penelitian yang sekrang ini berfokus pada minat dan pengguna.

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I, Pendahuluan; bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah mengenai gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah dijelaskan dilatarbelakang masalah di rumuskan ke dalam rumusan masalah. Selain itu, tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan dari penelitian. Selain tujuan penelitian, dalam bab ini juga signifikan si penelitian untuk

menyebarkan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian baik secara teoritis maupun praktisi. Setelah itu, terdapat definisi operasional untuk memperjelas dan menghindari kesalahan dalam memahami maksud penelitian. Selanjutnya terdapat kajian pustaka yang dijabarkan untuk menghindari anggapan plagiasi dan pengulangan terhadap penelitian yang sama atau sejenis. Terakhir yaitu sistematika penulisan, yang merupakan penjelasan singkat dari susunan skripsi secara keseluruhan.

BAB II, Landasan Teori; bab ini menjabarkan mengenai masalah masalah yang berhubungan dengan obyek penelitian melalui teori teori yang mendukung satu relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi media lain.

BAB III, Metode Penelitian; berisi tentang rancangan penelitian (berisi pendekatan dan jenis penelitian), lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik pengolahan dan analisis data. Pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif dengan jenis penelitian field research. Penelitian ini dilakukan di wilayah pemasaran uang elektronik shopee paylater dan merchant-merchant yang bekerjasama dengan shopee di Kota Banjarmasin dengan subjek penelitian yaitu para pengguna shope payletter dan objek penelitiannya yaitu perilaku konsumen dalam memutuskan menggunakan shopee. Data yang akan digali dalam penelitian ini adalah identitas informan, tahapan perilaku Informan dalam memutuskan menggunakan shopee payletter, dan alasan informan menggunakan shopee

payletter serta profil perusahaan. Setelah data tersebut didapatkan maka akan diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

BAB IV, Penyajian data dan Analisis, yang berisi tentang hasil penelitian. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan permasalahan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian dari hipotesis serta jawaban jawaban dari pertanyaan pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V, Penutup; merupakan bab akhir yang berisi simpulan terhadap yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang di rasa perlu.