

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia dapat dikategorikan menjadi tiga hal pokok seperti kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Untuk memenuhi kebutuhan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, contohnya interaksi langsung dengan sesama manusia maupun dengan perantara media online. Dengan media online kita bisa berbelanja tanpa harus menunggu toko buka dan menghemat tenaga, kemudahan koneksi dan murahnya perangkat komunikasi juga turut meningkatkan tren belanja online, transaksi pada belanja online dapat dilakukan dengan mentransfer sejumlah uang melalui ATM dan dapat dibayar dengan kredit.

Belanja online dengan sistem kredit, yaitu cara menjual barang dengan pembayaran secara tidak tunai (pembayaran ditangguhkan atau diangsur). Dengan sistem ini kita bisa berbelanja meski belum ada uang sekalipun, sebab kita bisa melakukan pembayaran di kemudian hari secara kredit atau berangsur-angsur selama beberapa bulan. Belanja online bisa dibayar melalui ATM, *I-Banking*, *M-Banking* atau bayar melalui minimarket seperti Indomaret dan Alfamart (Badriyah, 2014, hal. 21).

Kemunculan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan banyak pengaruh bagi penggunanya. Teknologi tersebut merupakan bentuk dari media baru yang membuat penggunanya dapat dengan mudah mengakses informasi secara digital dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan, memudahkan pekerjaan,

serta melakukan belanja online yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

Berdasarkan App Annie bersumber dari kumparan.com, sebuah perusahaan analisis dan riset pasar aplikasi mobile, Shopee menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi belanja online yang banyak diunduh. Tech in Asia melalui hasil ulasannya juga mengkonfirmasi Shopee sebagai aplikasi belanja online yang mendominasi di pasaran saat ini (*Shopee Raih Peringkat Pertama E-commerce Terpopuler / kumparan.com, 2019*).

Berdasarkan *Map E-commerce* yang dirilis oleh *iprice.co.id*, Shopee berhasil mempertahankan posisi pertamanya sebagai *top e-commerce* selama sepuluh kuartal berturut-turut berdasarkan ranking di PlayStore. Pada kuartal II 2019, Shopee juga memimpin pada kategori ranking AppStore. Sementara itu, jumlah rata-rata pengunjung situs Shopee secara bulanan mencapai 90,7 juta pengunjung (*Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2019, 2019*).

Salah satu marketplace yang saat ini sangat diminati di kalangan millennial adalah *Shopee.co.id*. Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang diluncurkan pada tahun 2015 dibawah naungan *SEA Group* yang berkantor pusat di Singapura. Hingga saat ini Shopee telah memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee merupakan platform web sekaligus aplikasi mobile, Marketplace Shopee ini merupakan wadah belanja online yang sangat mudah diakses oleh kaum millennial, hal ini dikarenakan Shopee lebih fokus pada aplikasi mobile daripada platform web yang dimilikinya, sehingga masyarakat lebih mudah melakukan berbagai transaksi melalui ponselnya

saja. Selain proses transaksi jual beli yang sangat mudah dan kekinian, Shopee juga memberikan berbagai fitur yang sangat menarik pada aplikasi mobile Shopee, seperti 9.9 sale, serba 10 ribu, *flash sale*, gratis ongkir minimal belanja Rp.0, *cashback & voucher*, Shopee Games, ShopeePay, serta yang terbaru adalah *Shopee Paylater*, dan masih banyak lagi. Platform yang menarik dari shopee ini salah satunya adalah adanya fitur *Shopee Paylater*.

Shopee Paylater yang disediakan oleh PT. Lentera Dana Nusantara adalah metode pembayaran dengan menggunakan dana talangan dari perusahaan aplikasi terkait, kemudian pengguna membayar tagihannya ke perusahaan aplikasi. *Shopee Paylater* ini menawarkan produk pinjaman dana dengan bunga pinjaman awal nol persen tanpa ada minimal transaksi, dan pinjaman yang diberikan hanya bisa digunakan untuk membeli produk di shopee dengan tenor 30 hari. Fitur *Paylater* dalam dunia *e-commerce* tidak hanya ada di Shopee saja namun juga terdapat pada aplikasi *e-commerce* lainnya untuk lebih memahami perbandingan sistem *Paylater* dalam *e-commerce* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Perbandingan *Paylater*

No.	Jenis <i>Paylater</i>	Kelebihan
1.	GoPay <i>Paylater</i>	Kelebihan yang ditawarkan adalah dengan bisa digunakannya di semua merchant GoPay yang semuanya sudah tersedia dalam satu aplikasi Gojek di HP. Dan Merchants yang bekerja sama dengan Gojek ini adalah GoFood, GoRide, GoBluebird, GoPulsa, GoTix, dan juga GoBills.

2.	<i>Shopee Paylater</i>	Kelebihan yang ditawarkan adalah bisa membeli barang di shopee dan membayarnya nanti dengan cicilan yang lumayan kecil.
3.	<i>Kredivo Paylater</i>	Kelebihan yang ditawarkan adalah fintech dengan aplikasi yang ditawarkan oleh merchants yang bekerja sama seperti Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli, dan banyak lainnya, sehingga lebih mudah untuk mengaksesnya.
4.	<i>Akulaku Paylater</i>	Beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti tenor panjang dan fleksibel hingga 15 bulan. Dengan aplikasi <i>Paylater</i> ini Anda bisa juga melakukan top up pulsa, membeli paket data internet, tiket pesawat hingga voucher hiburan.
5.	<i>Traveloka Paylater</i>	Kelebihan yang ditawarkan dari Traveloka yaitu limitnya yang sangat besar yaitu 50 juta dan bisa kembali lagi setelah Anda membayarkan tagihan sebelumnya.
6.	<i>Bukalapak Paylater</i>	Beberapa keuntungan yang bisa didapatkan seperti tidak ada minimal transaksi, checkout lebih praktis hingga tidak ada bunga per transaksi dan hanya ada biaya aplikasi yang dibayar 1x per bulan jika terdapat transaksi menggunakan <i>Bukalapak Paylater</i> di bulan tersebut.

(Sumber: 9 Aplikasi *Paylater* yang Resmi di Indonesia, Cara Daftar dan Kelebihannya | Pricebook, 2023)

Cara daftar atau pengajuan pinjaman dalam *Shopee Paylater* yaitu masuk melalui website PT. Lentera Dana Nusantara atau masuk dalam akun shopee, kemudian klik menu saya, lalu klik *Shopee Paylater*, kemudian klik aktifkan sekarang, selanjutnya masukan kode verifikasi nomor handphone, kemudian unggah foto diri beserta KTP, jika sudah mengisi form shopee maka tahap pengajuan sudah selesai dan *Shopee Paylater* sudah aktif dengan limit yang sudah ditentukan oleh pihak Shopee. Cara membayarnya cukup masuk dalam akun Shopee, klik profil Shopee, lalu klik pilih metode pembayaran menggunakan account yang dapat dibayar melalui ATM, IBanking, M-Banking atau bayar melalui minimarket seperti Indomaret dan Alfamart. Jika ada keterlambatan dalam

membayar maka akan dikenakan denda sebesar 5% dari total tagihan. Apabila pengguna Shopee terlambat membayar tagihan, maka pihak Shopee akan menghubungi pengguna melalui nomor handphone yang sudah terdaftar dan pihak Shopee mendatangi rumah pengguna untuk menagih hutangnya. Dan apabila tidak bisa melunasi hutangnya, maka pihak Shopee memberikan wewenang kepada pihak ketiga yaitu Asia Collect yang bertugas untuk menyelesaikan tagihannya (Sonnica, 2022, hal. 48).

Shopee Paylater mempunyai kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya adalah menawarkan produk pinjaman dana dengan pinjaman awal nol persen, sudah menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan membantu para UKM mendapatkan pinjaman modal. Sedangkan kekurangannya *Shopee Paylater* yaitu tidak ada toleransi keterlambatan pembayaran, jika sudah terkena keterlambatan maka diharuskan untuk membayar denda. Dan tidak semua orang dapat melakukan pengajuan, karena untuk pengajuannya diharuskan mendapatkan rekomendasi dari Shopee terlebih dahulu. *Shopee Paylater* memberikan batasan pinjaman yaitu sebesar Rp. 750.000,- untuk awal pemakaian, dan nilai kredit limit akan meningkat secara bertahap seiring meningkatnya kualitas score kredit yang terdata. Besaran bunga *Shopee Paylater* sendiri antara 0% hingga 2,95% per bulannya. Ketentuan besaran bunga menggunakan *Shopee Paylater* adalah cicilan 30 hari atau 1 bulan bunganya 0%, cicilan *Shopee Paylater* 2-3 bulan dikenakan bunga 2,95% per bulan.

Dibalik kemudahan yang didapat pengguna *Shopee Paylater*, ada beberapa ketentuan yang merugikan bagi pengguna, terutama bagi yang sangat membutuhkan pinjaman tersebut sehingga kurang memahami ketentuan yang

tertera di aplikasi mobile Shopee maupun di website Customer Service Shopee. Beberapa ketentuan pada *Shopee Paylater* yang dirasa merugikan para pengguna antara lain pengenaan denda atas keterlambatan pembayaran pinjaman, adanya tambahan jika memilih melunasi pinjaman dengan sistem cicilan 2 kali atau 3 kali, namun tidak transparan dan tidak diperjanjikan di awal, adanya biaya administrasi, serta pembatasan penggunaan pinjaman untuk tujuan tertentu saja. Selain itu, pinjaman uang dari *Shopee Paylater* tidak diterima oleh penerima pinjaman secara nyata, tetapi dicairkan langsung di ShopeePay milik penerima pinjaman. (Perdagangan Elektronik, 2019) Uang elektronik yang ada di ShopeePay ini tentunya hanya bisa digunakan untuk membayar belanjaan penerima pinjaman, hal ini tentu untuk tujuan konsumtif saja.

Ada beberapa pengaruh negatif dari penggunaan *Shopee Paylater* seperti kecenderungan berutang, kemudahan akses ke *Shopee PayLater* dapat mendorong pengguna untuk berbelanja lebih banyak daripada kemampuan finansial mereka. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan utang yang sulit dilunasi. bunga dan biaya keterlambatan, *Shopee Paylater* biasanya mengenakan bunga dan biaya tambahan jika pembayaran tidak dilakukan tepat waktu. Hal ini dapat menyebabkan beban finansial yang lebih besar jika pengguna tidak berhati-hati dengan manajemen keuangan mereka. Dampak pada skor kredit, penggunaan berlebihan dan keterlambatan pembayaran dapat mempengaruhi skor kredit pengguna. Skor kredit yang buruk dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk mendapatkan pinjaman atau kredit di masa depan. Stres finansial, akumulasi utang dan kewajiban pembayaran dapat menyebabkan stres finansial yang signifikan bagi pengguna. Hal

ini dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental dan emosional. Kurangnya pengendalian keuangan, penggunaan *Shopee Paylater* dapat mengurangi disiplin dalam pengelolaan keuangan pribadi. Ketergantungan pada skema "beli sekarang, bayar nanti" dapat mengakibatkan kebiasaan belanja yang tidak sehat. Risiko kebangkrutan pribadi, dalam kasus ekstrem, ketidakmampuan untuk melunasi utang yang terus bertambah dapat menyebabkan kebangkrutan pribadi, yang memiliki dampak jangka panjang yang serius. Pengaruh pada hubungan sosial: Stres dan masalah finansial akibat penggunaan *Shopee PayLater* dapat mempengaruhi hubungan pribadi dan sosial. Konflik dengan keluarga atau teman mengenai masalah keuangan dapat timbul. Ketidakstabilan ekonomi pribadi, penggunaan berlebihan dari layanan kredit seperti *Shopee Paylater* dapat menyebabkan ketidakstabilan ekonomi pribadi, membuat pengguna rentan terhadap perubahan mendadak dalam kondisi keuangan mereka.

Berdasarkan Pasal 1 angka (11) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan disebutkan bahwa: "Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan uang yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga."

Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi seperti yang ada pada *Shopee Paylater* telah diatur pada Pasal 1 angka (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 77/POJK.1/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yang menyatakan bahwa: "Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi adalah penyelenggaraan layanan

jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa dkk tentang “Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping dan Sistem Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam” menyebutkan bahwa pengguna *Shopee Paylater* saat ini tidaklah sedikit karena sistem ini dianggap memudahkan penggunanya, seperti contohnya bisa membeli barang yang diinginkan tetapi belum memiliki dana untuk membelinya (Khairunnisa dkk., 2022, hal. 25).

Pemberian pinjaman yang tersedia pada *Shopee Paylater* merupakan penerapan akad *qard* di dalam Hukum Islam. *Qard* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali, atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Memberikan pinjaman atau utang piutang memiliki nilai kebaikan dan berpahala di sisi Allah Swt., sebagaimana yang dijelaskan dalam Surah Al-Baqarah (2): 245:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا
كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

“Siapakah yang mau memberi pinjaman yang baik kepada Allah? Dia akan melipatgandakan (pembayaran atas pinjaman itu) baginya berkali-kali lipat. Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki). Kepada-Nyalah kamu dikembalikan”.

Melalui firman Allah Swt. di atas, dapat dipahami bahwa utang piutang merupakan bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam Islam, dan orang yang memberikan utang atau pinjaman kepada orang yang membutuhkan dengan baik merupakan perbuatan yang dianjurkan dalam syariat Islam. Di samping itu,

pelaksanaan utang piutang dalam bermuamalah hendaknya dilakukan dengan ekstra hati-hati agar tidak bertentangan dengan syariah Islam, karena utang piutang ini merupakan bentuk muamalah yang cukup banyak dilakukan oleh manusia demi memenuhi kebutuhan hidup.

Berbicara mengenai utang piutang dalam Islam tentunya harus memperhatikan aturan-aturan yang berlaku dalam agama Islam. Umat Islam dibimbing agar menjauhi riba dalam utang piutang karena akan memberikan dampak buruk bagi kemaslahatan umat. Riba adalah melebihkan keuntungan (harta) dari salah satu pihak dalam transaksi jual beli atau pertukaran barang yang sejenis tanpa memberikan imbalan terhadap kelebihan itu atau pembayaran hutang yang harus dilunasi oleh orang yang berhutang lebih besar daripada jumlah pinjamannya sebagai imbalan terhadap tenggang waktu yang telah lewat (Tho'in, 2016, hal. 64–65). Riba merupakan kegiatan eksploitasi dan tidak memakai konsep etika atau moralitas. Allah SWT mengharamkan transaksi yang mengandung unsur ribawi, hal ini disebabkan menzalimi orang lain dan adanya unsur ketidakadilan (*unjustice*) (E. S. Pakpahan, 2019, hal. 875). Pengharaman riba dalam Islam telah jelas sebagaimana Firman Allah Swt dalam Q.S. al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
 عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu

dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Riba pada masa sekarang ini sering disamakan dengan bunga yang dapat dibedakan menjadi bunga simpanan dan bunga pinjaman. Bunga dapat diartikan sebagai tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan pokok tersebut berdasarkan tempo waktu yang diperhitungkan secara pasti di muka dan pada umumnya berdasarkan persentase (Rahim, 2015, hal. 5).

Pandangan dalam Islam mengenai bunga apakah termasuk riba atau tidak setidaknya ada dua pendapat, yang pertama adalah menurut ijma ulama di kalangan semua mazhab fiqh bahwa bunga dengan segala bentuknya termasuk kategori riba. Kedua, pendapat yang menyatakan bahwa bunga tidak termasuk kategori riba (Kalsum, 2014, hal. 71). Bunga juga terdapat dalam penggunaan *Shopee Paylater* yang apabila pengguna memilih tempo *Paylater* lebih dari sebulan maka akan dikenakan bunga, besaran bunga *Shopee Paylater* sendiri berkisar antara 0% hingga 2,95% per bulannya, Apabila terjadi keterlambatan pembayaran maka akan dikenakan denda 5% dari total tagihan yang telah jatuh tempo dan biaya 1% per transaksi (E. Sari & Kusuma, 2022, hal. 541). Dengan demikian, dalam pelaksanaan *Paylater* ada penambahan bayaran dari bayaran awal oleh pengguna *Paylater* atas barang yang dibelinya melalui shopee.

Berdasarkan hal di atas maka dapat dipahami bahwa bunga yang berlaku di *Shopee Paylater* pada sesungguhnya termasuk riba dalam hukum Islam yang praktiknya sangat dilarang dalam bertransaksi. Dengan demikian, dalam padangan

Islam transaksi menggunakan *Shopee Paylater* alangkah baiknya di jauhi untuk menghindari mudharat bagi diri sendiri, karena dengan bunga yang ada tersebut sudah pasti akan memberatkan pengguna untuk membayarnya karena ada ketidaksesuaian pinjaman dengan uang yang harus yang dibayarkan kepada pihak shopee.

Berdasarkan data yang bersumber dari *Web IdScore*, pengguna *Shopee Paylater* aktif di Indonesia sebesar 13.405.272 pada tahun 2023 bulan Desember, angka tersebut menunjukkan adanya peningkatan dari tahun ke tahun sebesar 1,12%. Pengguna ini tentunya didominasi oleh generasi milineal dan generasi Z yang telah handal dalam menggunakan teknologi saat ini, adapun perbedaan generasi milineal dan generasi Z dapat ditinjau dari beberapa aspek yaitu pertama, nilai dan preferensi merek, milenial lebih mepedulikan merek dan kualitas produk, serta memiliki preferensi untuk merek-merek terkenal. Gen Z lebih mengutamakan kenyamanan dan kualitas produk daripada merek, serta melakukan riset terlebih dahulu sebelum membeli. Kedua, pengelolaan keuangan, milenial cenderung menggunakan kartu kredit untuk memenuhi kebutuhan dan kurang rajin menabung. Gen Z lebih fokus pada menabung dan membeli produk praktis, serta lebih bijaksana dalam mengatur keuangan. Ketiga, kebiasaan berbelanja, milenial lebih cenderung berbelanja secara langsung di toko-toko dan menghabiskan waktu bersama teman-teman di pusat perbelanjaan. Gen Z lebih suka berbelanja online dan menggunakan platform digital untuk memenuhi kebutuhan. Keempat, komunikasi dan konsumsi media, milenial lebih suka menggunakan Facebook dan Twitter untuk komunikasi, serta lebih menyukai teks dan komunikasi yang lebih

formal. Gen Z lebih cenderung menggunakan platform media sosial seperti TikTok, Snapchat, dan Instagram, serta lebih nyaman dengan komunikasi visual dan singkat melalui emoji, meme, dan video pendek. Kelima, pendekatan hidup, milenial cenderung lebih idealis dan memiliki pendekatan hidup yang lebih berorientasi pada masa depan. Gen Z lebih pragmatis dan memiliki pendekatan hidup yang lebih berfokus pada kenyamanan dan kebutuhan sehari-hari. Keenam, penggunaan teknologi, milenial tumbuh dengan teknologi yang lebih lambat dan menjadi "*digital native*" karena mereka berkenalan dengan internet dan teknologi sejak kecil. Gen Z tumbuh dalam era digital yang sepenuhnya matang dan memiliki keterampilan multitasking online yang lebih baik. Ketujuh, usia dan penggolongan, milenial lahir antara tahun 1981-1996, saat ini berusia 28-43 tahun. Gen Z lahir antara tahun 1998-2009, saat ini berusia 15-26 tahun. Berdasarkan uraian mengenai perbedaan generasi milenial dan generasi Z maka dapat dipahami bahwa generasi Z dapat dikatakan lebih cakap dalam penggunaan teknologi sehingga dapat dipahami bahwa generasi Z lebih memahami penggunaan *Shopee Paylater* dalam berbelanja.

Berdasarkan observasi awal peneliti menemukan bahwa *Shopee Paylater* sangat diminati oleh masyarakat di Banjarmasin terutama dari kalangan generasi Z yang merupakan generasi yang tidak bisa terpisahkan dari teknologi dan generasi Z adalah generasi yang paling paham bagaimana caranya menggunakan dan memanfaatkan teknologi. Sehingga sudah menjadi suatu kewajaran jika generasi Z adalah pengguna *Shopee Paylater* yang paling banyak saat ini. Generasi Z sendiri

adalah anak-anak yang lahir pada sekitar tahun 1995 sampai dengan tahun 2010 (Bhakti & Safitri, 2017, hal. 105).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan *Shopee Paylater* pada generasi Z yang ada di Banjarmasin. Generasi z tersebut peneliti peroleh dari pemuda yang berusia 18 sampai 28 tahun. Penelitian tersebut peneliti angkat dengan judul **“Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Berbelanja Generasi Z di Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

Apakah penggunaan shopee paylayer berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

Mengetahui penggunaan *Shopee Paylater* apakah berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan atau bekal keilmuan terhadap pihak yang berwenang khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, dengan segenap harapan akan menjadikan bahan pembelajaran oleh para peneliti yang akan datang.

2. Secara Praktis

Dapat memberi kontribusi pada mahasiswa pengguna *Shopee Paylater* untuk lebih berhati-hati dalam bertransaksi, mengetahui kekurangan dan kelebihan di media *online*.

E. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam penelitian agar menghindari kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini. Istilah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda, atau proses. Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya yang timbul dari suatu sistem yaitu *Shopee Paylater* terhadap perilaku berbelanja. Pengaruh dalam hal ini disebabkan dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku berbelanja seseorang.

2. *Shopee Paylater*

Shopee adalah *platform* perdagangan elektronik yang menyediakan banyak produk dari *fashion* hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee merupakan marketplace jual beli online yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Sedangkan *Paylater* merupakan fitur pembayaran kredit digital yang disediakan shopee untuk memberikan layanan kepada penggunanya.

3. Perilaku Berbelanja

Perilaku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2017, hal. 198). Menurut peneliti perilaku adalah suatu sikap seseorang yang ditimbulkan dari suatu tindakan yang telah dilakukan. Adapun perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku generasi Z di Kota Banjarmasin yang menggunakan *Shopee Paylater*.

Berbelanja menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah membeli (beli) di pasar (toko, kedai, dan sebagainya). (*Kamus besar bahasa Indonesia*, 2017). Menurut peneliti berbelanja dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan melalui cara membelinya baik di pasar maupun di tempat lain. Adapun berbelanja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berbelanja yang dilakukan oleh generasi Z di Kota Banjarmasin dengan menggunakan *Shopee Paylater*.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan yang dimaksud perilaku berbelanja dalam penelitian ini adalah suatu sikap memperoleh suatu barang melalui cara membeli yang dilakukan oleh generasi Z di Kota Banjarmasin yang menggunakan *Shopee Paylater*.

4. Generasi Z

Generasi Z adalah golongan yang dilahirkan tahun 1998 hingga 2009. Generasi Z dapat disebut generasi teknologi karena mereka telah mulai mengenal internet dan web seiring dengan usia mereka sejak mereka masih kecil. Ketika generasi Z lahir teknologi sudah menguasai dunia, oleh karena itu generasi ini dikenal sebagai *the silent generation*, generasi senyap dan generasi internet. (Fitriyani, 2018, hal. 11). Menurut peneliti generasi Z adalah sekelompok orang atau golongan yang lahir pada zaman pesatnya perkembangan teknologi dan generasi tersebut telah mahir dalam menggunakan teknologi. Adapun generasi Z yang dimaksud dalam penelitian ini adalah generasi Z yang ada di Kota Banjarmasin yang telah mahir dalam menggunakan *Shopee Paylater*.

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud dari judul “Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Berbelanja Generasi Z di Kota Banjarmasin” adalah suatu penelitian yang ingin mencari dan mengungkapkan adanya pengaruh yang ditimbulkan dari penggunaan *Shopee Paylater* pada perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun hasil kajian pustaka yang telah dilakukan peneliti maka ditemukan beberapa penelitian yang relevan antara lain:

1. Penelitian Farah Dilla Wanda Damayanti dan Clarashinta Canggih, Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya,

dalam bentuk artikel jurnal pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Pembayaran *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial di Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan dan kepercayaan memiliki dampak positif pada perilaku konsumsi Islam, sebaliknya gaya hidup memiliki dampak negatif pada perilaku konsumsi Islam (Damayanti & Canggih, 2021, hal. iii). Adapun persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian ini adalah terletak pada kesamaan pokok permasalahan yang diteliti yaitu mencari adanya pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* terhadap perilaku penggunaannya dalam konsumsi maupun berbelanja. Adapun perbedaannya terletak pada generasi yang diteliti, jika penelitian terdahulu ini meneliti generasi milenial di Surabaya sedangkan penelitian ini meneliti generasi Z di Kota Banjarmasin.

2. Penelitian Nadya Anatasya, Mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara, dalam bentuk skripsi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee EPaylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU”. Hasil uji hipotesis menunjukkan H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU dengan tingkat pengaruh sebesar 2,3%. Berdasarkan data hasil penelitian, mayoritas responden belum lama menggunakan fitur *Shopee Paylater* serta intensitas penggunaan yang rendah. Selain itu, uang saku yang dimiliki mayoritas responden berkisar 500.000 – 1000.000. Kemudian mayoritas

penghasilan yang dimiliki orang tua responden berkisar antara < 3.000.000 dan 3.000.000 – 6.000.000. Lagi pula, mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan fitur *ShopeePaylater* untuk mendapatkan potongan ongkos kirim dan juga promo khusus (Anatasya, 2020, hal. iii). Adapun kesamaan penelitian di atas dengan penelitian ini terletak pada kesamaan pokok permasalahan yang digali yaitu pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif/berbelanja. Namun perbedaannya terletak pada pengambilan subjek yang diteliti jika subjek atau sampel yang diteliti penelitian di atas adalah mahasiswa sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z. Sehingga kalau dicermati lebih mendalam penelitian di atas meneliti mahasiswa secara umum dalam artian tidak membatasi generasi apa pun sedangkan dalam penelitian ini generasi yang diteliti dibatasi yaitu pada generasi Z.

3. Penelitian Sabila Syarafina, Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah, dalam bentuk skripsi pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses *Ecommerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Siswi Madrasah Aliyah Negeri 1 Tangerang Selatan”. Hasil dari penelitian ini indikator yang paling dominan dalam membentuk intensitas mengakses *e-commerce* shopee adalah indikator penghayatan dengan rata-rata sebesar 18,62. Indikator yang paling dominan dalam membentuk perilaku konsumtif siswi MAN 1 Tangerang Selatan adalah indikator mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) dengan skor rata-rata sebesar 9,33. Demikian terdapat pengaruh intensitas mengakses *e-*

commerce shopee terhadap perilaku konsumtif siswi Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Tangerang Selatan (Syarafina, 2022, hal. iii). Adapun kesamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah menjadikan perilaku konsumtif/berbelanja sebagai variabel terikat dalam penelitian. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari sampel penelitiannya penelitian di atas menjadikan siswi MAN 1 Tangerang sebagai sampel penelitian, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z yang ada di Kota Banjarmasin.

4. Penelitian Aldes Ramadanti, Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung, dalam bentuk skripsi pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Fitur *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi UIN Raden Intan Lampung Pengguna Shopee)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan fitur *Paylater* mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi UIN Raden Intan Lampung tahun 2018-2021 memiliki persentase sebesar 50,4% hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Paylater* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut pandangan ekonomi islam, fitur *Shopee Paylater* dapat dimanfaatkan. Namun dalam penggunaannya harus dilakukan secara bijaksana sehingga terhindar dari keburukan yang dilarang Allah SWT. Batasan dan ajaran dalam ekonomi islam mengajarkan kita agar tidak berperilaku konsumtif (Ramadanti, 2022, hal. iii). Adapun persamaan yang terdapat dalam

penelitian di atas dengan penelitian ini adalah adanya kesamaan pokok bahasan yaitu mencari pengaruh penggunaan *Paylater* terhadap perilaku konsumtif/ berbelanja pada mahasiswa. Perbedaannya dapat dilihat dari asal mahasiswa yang diteliti sebagai populasi dan sampel penelitian, penelitian di atas menjadikan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung sebagai sampel penelitian, sedangkan dalam penelitian ini sampelnya adalah generasi Z yang ada di Kota Banjarmasin.

5. Penelitian Elpa Julita, Mahasiswi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, dalam bentuk skripsi pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)”. Hasil penelitian disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Hasil pengujian hipotesis diperoleh angka signifikansi 0,062. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada uji hipotesis ini karena angka signifikansi $> 0,05$ sehingga H_a yang menyatakan penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi syariah Fakultas FEBI diterima dan H_0 ditolak berarti tidak dapat pengaruh penggunaan *Shopee Paylater* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim (Y) (Julita, 2022, hal. vii). Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu memiliki kesamaan pada masalah pokok yang digali yaitu pengaruh penggunaan

Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari adanya perbedaan mahasiswa yang dijadikan sebagai sampel penelitian, penelitian di atas membatasi mahasiswa muslim sebagai sampel penelitian sedangkan dalam penelitian ini adalah generasi Z yang ada di Kota Banjarmasin.

6. Penelitian Phyta Rahima & Irwan Cahyadi, Mahasiswa Universitas Bumigora, dalam bentuk artikel jurnal pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Fitur *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram”. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan antara pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan tingkat pengaruh sebesar 2,3%. Berdasarkan data penelitian, mayoritas responden baru saja menggunakan fitur *Shopee Paylater* dan memiliki intensitas penggunaan yang rendah. Selain itu, uang bulanan yang dimiliki oleh mayoritas responden berada pada kisaran 1.000.000-1.500.000. Maka sebagian besar pendapatan dihasilkan oleh orang tua < 5.000.000 dan 3.000.000-6.000.000. Bagaimanapun, sebagian besar responden di penelitian ini menggunakan fitur *Shopee Paylater* untuk mendapatkan diskon ongkos kirim dan promo spesial (Rahima & Cahyadi, 2022, hal. 39). Adapun persamaan yang dapat dilihat dari penelitian di atas dengan penelitian ini adalah pada bagian masalah yang digali yaitu pengaruh *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari pengambilan sampel, adapun sampel penelitian di atas

adalah mahasiswa Universitas Mataram sedangkan sampel penelitian dalam penelitian ini adalah generasi Z yang ada di Kota Banjarmasin.

7. Penelitian Sarihim & Leo Alexnader Tambunan, Mahasiswa Universitas Matana Tangerang, dalam bentuk artikel jurnal pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh *Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk di *E-Commerce* Shopee”. Hasil penelitian yang di dapatkan, bahwa variable kepercayaan, kemudahan dan keamanan dengan variable pembelian kembali secara keseluruhan memiliki nilai yang positif dan signifikan berdasarkan data yang telah dihitung. Dapat disimpulkan bahwa pengguna *Paylater* memiliki pengaruh positif terhadap pembelian kembali produk di *E-commerce* shopee (Sarihim & Tambunan, 2022, hal. 20). Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah kesamaan masalah yang digali yaitu pengaruh *Paylater* sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari bedanya variabel terikat, penelitian di atas variabel terikatnya adalah keputusan pembelian kembali produk sedangkan dalam penelitian ini adalah perilaku berbelanja generasi Z.
8. Penelitian Rita Natasia Pakpahan, Warneri & Jumardi Budiman, Mahasiswa Universitas Tanjungpura, dalam bentuk artikel jurnal pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Paylater* dalam *E-Marketing* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN”. Pengaruh penggunaan sistem *Paylater* pada strategi E-marketing terhadap perilaku pembelian impulsif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN dapat dilihat dari hasil regresi linier

sederhana yakni melalui uji t besarnya $< 0,05$. Diketahui t hitung sebesar 1,135 dan signifikansi 0.266. Sementara itu, hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 2,048. Dengan demikian, diketahui bahwa nilai t hitung $<$ dari t tabel ($1,135 < 2,048$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,05 < 0,266$), maka H_a ditolak. Dari hasil penelitian yang diperoleh koefisien regresi (R^2) dari variabel X besarnya 1,118 yang menyatakan tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y (Pakpahan dkk., 2022, hal. iii). Adapun persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah adanya kesamaan permasalahan mengenai pengaruh penggunaan *Paylater* sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari variabel yang dipengaruhi, penelitian di atas mencari pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif sedangkan penelitian ini mencari pengaruh terhadap perilaku berbelanja.

9. Penelitian Intan Kurniasari & Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, dalam bentuk artikel jurnal pada tahun 2021 dengan judul “Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan *SPaylater* serta Dampaknya terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi”. Hasil penelitian didapatkan dari wawancara narasumber dan juga menggunakan perbandingan studi terdahulu. Gaya hidup serta pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *SPaylater* dan juga berpengaruh terhadap perilaku berbelanja Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Surabaya bagi mereka yang cenderung suka berbelanja dengan adanya *SPaylater* ini membuat gaya hidupnya semakin konsumtif, serta penggunaan *SPaylater* karena adanya pengaruh sosial yang bersumber dari

teman dan iklan (Kurniasari & Fisabilillah, 2021, hal. 207). Persamaan dengan penelitian ini adalah adanya kesamaan variabel yang diteliti yaitu *Shopee Paylater* dan perilaku berbelanja sedangkan perbedaannya dapat dipahami dari bedanya metode penelitian, penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Penggunaan *Shopee Paylater* tidak berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin.

Ha: Penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan secara sistematis yang tersusun dalam 5 bab sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan sistematika penulisan.
2. BAB II Landasan Teori, yang berisi sistem pembayaran, *Shopee Paylater*, perilaku berbelanja, dan generasi Z.

3. BAB III Metode Penelitian, yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, variabel penelitian, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.
4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang berisi hasil penelitian dalam penelitian ini.
5. BAB V Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.