

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju dan semakin canggih membuat perubahan bagi kehidupan manusia khususnya dalam bermedia sosial. Adanya teknologi saat ini dapat membantu keuntungan dalam perekonomian para pedagang, seperti halnya pada saat berjualan kini para pedagang bisa menjualkan produknya melalui media sosial dan para konsumen saat berbelanja tidak perlu lagi datang langsung ke toko tetapi sudah bisa berbelanja secara *online*. Dengan adanya berbelanja secara *online* sangat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Teknologi internet saat ini menjadikan banyaknya *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia.¹

E-commerce menjadi tempat yang paling banyak digunakan untuk proses transaksi jual beli karena kemudahan dan efisiensi transaksinya. Selain mempermudah dalam memenuhi kebutuhan adapun dalam proses pembayaran atau transaksi kini hampir semua penjual menggunakan pembayaran lewat digital sehingga masyarakat menjadi terbiasa membayar dengan pembayaran digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), uang elektronik (*e-money*), atau jenis pembayaran yang sedang berkembang saat ini seperti *paylater*.²

¹ Indah Tri Lestari dkk, “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap keputusan Berbelanja Online”, Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen, Vol 7 No. 2 Hal 478

² Larasati Nurhasanah, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater”. (Surakarta, 2023) Hal. 21

Jenis *e-commerce* yang sekarang telah berkembang di Indonesia salah satunya yaitu *e-commerce* berjenis *marketplace* Shopee. Marketplace Shopee adalah aplikasi belanja online yang sangat mudah di akses oleh masyarakat.³ Shopee merupakan situs *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan SEAGroup, yang didirikan pada tahun 2009 oleh *Ferrest Li*. Shopee berhasil mengukuhkan diri sebagai *e-commerce* paling populer di Indonesia. Untuk meningkatkan efesinsi dan kenyamanan, Shopee menawarkan berbagai layanan keuangan yang memfasilitasi pembayaran atau transaksi atas pembelian *online*, salah satunya adalah pembayaran melalui fitur *paylater* yang di sebut dalam aplikasi Shopee yaitu *Spaylater*.

Spaylater merupakan suatu fitur kredit *online* yang sudah bekerja sama dengan PT. *Commerce Finance* untuk layanan pinjaman berbasis teknologi sudah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Paylater* merupakan layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi dikemudian hari, baik dengan sekali bayar atau dengan mencicil. Dengan adanya fitur *Spaylater* maka pembeli bisa membeli barang terlebih dahulu dan membayar barang tersebut pada bulan berikutnya, atau dengan mencicil selama beberapa bulan. Pilihan cicilan pada *Spaylater* yakni cicilan 1 kali (beli sekarang bayar nanti), 3 kali, 6 kali, dan 12 kali.⁴

Databoks.co.id telah merilis daftar urutan *Paylater* terbaik berdasarkan penggunaan masyarakat ke aplikasi *E-Commerce*. Berikut daftar urutan *Paylater* terbaik berdasarkan penggunaan pada kuartal 1 (Q1) tahun 2023.⁵

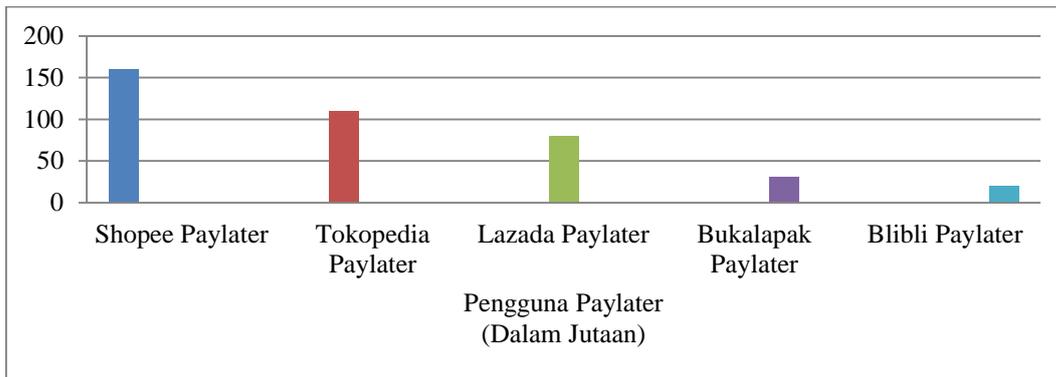
³ Serli Vania Resa, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah". (Banda Aceh, 2022) Hal. 21

⁴ Rizqi Akbar, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya". (jurnal Riset Ekonomi dan Akutansi) Vol. 1, No. 2

⁵ Databoks.co.id, "Peringkat Aplikasi Paylater dengan Pengguna Terbanyak tahun 2023".

Gambar 1.1.

Peringkat Aplikasi *Paylater* dengan pengguna terbanyak tahun 2023



Sumber: Databooks, 2023

Pada gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada kuartal 1 (Q1) 2023 Shopee *Paylater* menjadi aplikasi yang lebih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sebesar 160 juta pengguna, lalu disusul dengan pengguna Tokopedia *Paylater* sebesar 110 juta pengguna. Kemudian Lazada *Paylater* sebanyak 80 juta pengguna, selanjutnya aplikasi Bukalapak *Paylater* dengan pengguna sebesar 30 juta dan terakhir Blibli *Paylater* dengan pengguna sebesar 20 juta.

Dalam penggunaan *Spaylater* sangatlah mudah dan sederhana sehingga banyak konsumen berkecimpung dalam sistem Shopee *Paylater* namun Shopee *paylater* menetapkan syarat kepada penggunanya yaitu adanya biaya cicilan dan biaya lainnya sebesar 2,95% paling sedikit serta 1% biaya penanganan. Dan apabila terjadi keterlambatan dalam membayar cicilan yang diajukan penngguna pada *paylater*, maka pengguna wajib membayar bunga sebesar 5% dari total tagihan.⁶

Paylater diatur dalam pasal 1 No. 3 Peraturan (PJOK) No: 77/PJOK/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Didukung dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, misal terkait sanksi jika pengguna belum memenuhi atau

⁶ Dita Annisa Putri, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penentuan Denda Shopee *Paylater* pada Aplikasi Shopee", Hukum Ekonomi Syariah, hal 4

membayar tagihan, maka akun *e-commerce* nya dibekukan dan pengguna tidak dapat melakukan pembelian menggunakan fitur *paylater* lagi.⁷

Dalam pandangan islam praktik Shopee *Paylater* sudah memenuhi rukun dan syarat akad *Qardh* (pinjam-meminjam), namun pada *mudtarid* (orang yang meminjam tidak dapat dipastikan akan terpenuhinya syarat akad *Qardh*. Karena dalam akad ini dilakkan secara *online* atau via aplikasi. Akad *Qardh* adalah perjanjian pinjam meminjam dana, dimana pihak pemimjam wajib mengembalikan dana sesuai dengan jumlah yang diterima dan dalam jangka waktu tertentu.⁸

Berdasarkan Fatwa DSN- MUI No. 19/DSN-MUI/1V/2021 mengenai Shopee *Paylater* syarat dan ketentuan akad *Qardh* dalam uang elektronik syariah tidak diterapkan karena pelaksanaannya bertentangan dengan syariat islam.⁹

Pinjaman seperti ini dalam islam bersifat riba walaupun tidak ada bunga dalam pembayaran satu kali sebelum jatuh tempo yang terdapat pada fitur *Spaylater*, tetapi pinjaman ini memiliki syarat denda setelah jatuh tempo pembayaran, maka itu termasuk dalam riba nasi'ah, Riba nasi'ah adalah tambahan pada harta sebagai kompensasi bertambahnya waktu tempo pembayaran. Dapat disimpulkan bahwa dalam islam Shopee *Paylater* tidak dibenarkan dengan alasan fitur tersebut menarik keuntungan dari pengguna *Spaylater*. Walaupun tidak ada bunga pada pembayaran sebelum jatuh tempo, tetapi tetap saja Shopee *Paylater* dikatakan riba karena fitur ini pihak Shopee sudah menetapkan syarat yang berisi denda dan akan dikenakan pada pengguna *paylater* jika melewati tanggal pembayaran.¹⁰

⁷ Ojk, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/PJOK 01/ 2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi".

⁸ Muhammad Ghozali dkk, "Akad *Qardh* Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Perspektif *Maqashid* Syariah". (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah). Vol. 7, No 2 (2022)

⁹ Fatwa DSN-MUI, "Akad *Qardh* Perspektif Fatwa DSN-MUI Tentang *Qardh*", Jurnal Antologi Hukum, Vol 2, No, 2 thun 2022

¹⁰ Diahning Azhara, "Pandangan Para Ulama Terhadap Shopee *Paylater*". Kuparan Bisnis, 13 November 2021

Kepercayaan menjadi faktor konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk secara *online*. Hal ini disebabkan tidak adanya tatap muka antar pedagang dengan pembeli atau konsumen. Menurut Bernes & Chen, kepercayaan adalah elemen penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ada tiga kategori utama kepercayaan ditentukan oleh kepercayaan pedagang internet, saluran belanja dan jaminan struktural terkait dengan bisnis. Menurut Gefen, menyatakan kepercayaan dapat dipercaya melalui kemampuan, integritas dan kebaikan hati yang digunakan secara bergantian.¹¹

Kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan pengguna menimbulkan masalah yang akan menyebar tidak hanya didunia maya tetapi juga didunia nyata. Hal inilah yang membuat orang semakin tertarik dan mencari informasi hingga akhirnya mengarah pada keputusan pembelian. Adapun beberapa pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan berbelanja *online* yaitu kepercayaan terhadap fasilitas layanan *online* serta percaya kepada penjual *online* dalam membangun hubungan jangka panjang seperti yang dilakukan oleh Shopee. Tetapi tidak sedikit testimoni yang kecewa atas pembelian *online* Shopee karena barangnya tidak sesuai dan tidak memuaskan dengan yang diharapkan dan juga barang atas pembelian sering melampaui batas dari waktu yang telah ditentukan atau barang terlambat datang dari yang dibutuhkan konsumen.¹²

Kemudahan pada Shopee *paylater* membuat masyarakat atau konsumen tertarik dalam menggunakannya. Kemudahan yang diberikan oleh Shopee menurut Davis, sejauh apa pengguna mempercayai suatu sistem akan mendorong kinerja jika digunakan. Menurut Jogiyanto, kemudahan ialah sebuah keyakinan dalam mengambil keputusan,

¹¹ Riski Rosdiana, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online”. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol. 11, No. 1 (2019)

¹² Ibid, hal 320-321

yang artinya jika pengguna mempercayai sistem mudah untuk digunakan maka ia akan memakai sistem tersebut.¹³

Dalam penggunaan Shopee *Paylater* cukup mudah, untuk pendaftaran cukup mengisi formulir *online* yang tersedia pada aplikasi Shopee, seperti biodata pribadi, pekerjaan, atau foto kartu identitas (KTP). Dan pada sistem Shopee *Paylater* juga sangat mudah digunakan pada saat konsumen akan melakukan pembayaran atas pembelian, konsumen dapat memilih metode pembayaran dengan Shopee *Paylater*. Lalu konsumen juga dapat memilih jangka waktu cicilan yang ditentukan dalam fitur Shopee *Paylater*. Kemudahan yang disediakan dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk berbelanja *online*.¹⁴

Risiko mengacu pada ketidakpastian dan konsenkuesi yang terkait dengan tindakan konsumen. Menurut Kountur, risiko merupakan suatu keadaan yang tidak pasti dan akan dihadapi seseorang yang akan memberikan dampak yang merugikan. Pada Shopee *Paylater* ada beberapa risiko yaitu seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari, terganggunya pengelolaan keuangan, dan risiko pada biaya-biaya tambahan yang dibebankan kepada konsumen atau pengguna *paylater*.¹⁵ Biaya-biaya yang dibebankan kepada konsumen menjadi pertimbangan dari berbagai sisi yang harus diperhatikan pada saat transaksi terutama bagi umat muslim.

Adapun *research gap* yang peneliti temukan yaitu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Larasati Nurhasana, memperlihatkan hasil dari penelitiannya bahwa risiko tidak mempengaruhi dan tidak signifikan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan *paylater*, begitupun pada penelitian Nurdin, variabel kepercayaan dan

¹³ Hendri Agil Saputra, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Intensitas pengguna *Paylater* Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat", Jurnal Of Management & Bussiness, Vol. 4, No. 3, (2022) hal 53

¹⁴ Tri Sudarwanto, "Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* Masyarakat Kota Surabaya". Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 11, No. 2 (2023)

¹⁵ Syafruddin, "Paylater dengan Segudang Resikonya". Kementrian Keuangan RI (2021)

kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan *paylater*. Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh Serli Vania Resa, hasil dari penelitiannya memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan *paylater*. Berdasarkan penelitian terdahulu diatas terdapat kesenjangan, maka dari itu peneliti ingin meneliti kembali dengan perbedaan dengan penelitian sebelumnya ialah berbeda dengan objek penelitian, lokasi penelitian, dan tahun penelitian.

Adapun fenomena yang ditemukan oleh peneliti yaitu masih banyaknya kalangan anak muda yang tidak memahami akan adanya biaya tambahan pada fitur *Spaylater* dimana bisa menimbulkan tindakan yang merugikan dan juga didalam islam biaya tambahan tersebut termasuk riba. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*?

4. Bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko berpengaruh terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber bacaan dan juga dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran *paylater* serta bermanfaat untuk penyusunan karya ilmiah yang akan datang, dimana dengan adanya data ini akan membantu para mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Sebagai sarana informasi bagi masyarakat umum dan khususnya generasi Z di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin dalam berbelanja *online* dengan menggunakan fitur *Paylater* khususnya yang berada pada aplikasi Shopee.

3. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan pihak konsumen lebih pintar lagi dalam memilih metode pembayaran dan sebagai bahan evaluasi untuk selanjutnya khususnya bagi pengguna Shopee *Paylater*.

E. Sistematika Penulisan

Dalam Penulisan Penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab, dimana penjelasan masing-masing bab akan dibahas adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan kajian teori yang memuat uraian tentang kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan dan terkait dengan judul skripsi. Pada bab ini penulis memberikan penjelasan tentang pengertian terkait variabel-variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci terkait jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasan yang akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko konsumen terhadap berbelanja *online* menggunakan pembayaran *paylater*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran yang merupakan bagian dari bab terakhir. Pada bab ini berisikan gambaran dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini serta saran yang diberikan oleh peneliti terkait penelitian yang dilakukan.