

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Revolusi di dunia teknologi membawa banyak perubahan pada masa kini, salah satunya di sektor informasi dan keuangan. Banyak dampak yang terjadi dari evolusi tersebut dan mempengaruhi kehidupan masyarakat, seperti perubahan di bidang sosial budaya, ekonomi dan politik. Pada bidang ekonomi utamanya di sektor keuangan yakni evolusi dalam hal transaksi finansial mengalami peningkatan yang begitu pesat, sehingga memunculkan dunia jual beli yang terjadi secara *online* yang disebut *ecommerce*. Dengan proses akad yang umumnya terjadi di tempat saat ini cukup menggunakan gawai serta yang mulanya pembayaran menggunakan uang kartal secara fisik dan bertemu langsung saat ini dipermudah dengan uang nonfisik (nontunai) seperti uang elektronik secara *online*.<sup>1</sup>

Berdasarkan siaran pers Bank Indonesia 2022, transaksi ekonomi dan keuangan berkembang pesat, dan seiring meningkatnya penerimaan dan preferensi masyarakat terhadap belanja online, perluasan dan kenyamanan sistem pembayaran digital juga semakin meningkat, seperti percepatan layanan perbankan digital.<sup>2</sup> Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik semakin meningkat karena banyaknya jumlah masyarakat Indonesia, tingkat konsumsi dan literasi keuangan yang juga meningkat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Rengani Nur Wulan Octanita Sanoesia dan Hendra Setiawan, "Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater," *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (Simba)* (2022).

<sup>2</sup> Departemen Komunikasi, "BI 7-Day Reverse Repo Rate Tetap 3,50%: Sinergi Menjaga Stabilitas dan Memperkuat Pemulihan," *Siaran Pres, Bank Indonesia*, 2022, [https://www.bi.go.id/id/Publikasi/Ruang-Media/News-Release/Pages/Sp\\_2419522.aspx](https://www.bi.go.id/id/Publikasi/Ruang-Media/News-Release/Pages/Sp_2419522.aspx). (Diakses Pada 28 Desember 2022)

<sup>3</sup> Vicky Pradita Dewanti and Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater," *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, No. 3 (2021): 863. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13824/7110>.

Fintech (*financial technology*) merupakan kombinasi dari jasa keuangan dan teknologi yang mengalihkan bisnis konvensional secara manual menjadi moderat dengan teknologi. Fintech juga merupakan gabungan teknologi dan keuangan yang memunculkan inovasi produk finansial, yang mampu mempercepat, mempermudah dan memperluas akses produk keuangan di masyarakat.<sup>4</sup> Sistem transaksi yang awalnya dilakukan secara bertemu langsung dan menggunakan uang tunai, mulai tergantikan dengan transaksi pembayaran secara *online* yang dilakukan dalam waktu singkat.<sup>5</sup> Saat ini *fintech* banyak dikenal oleh kalangan masyarakat baik anak muda hingga orang tua, juga semua lapisan kelompok sosial bawah, sedang dan kelompok atas. Faktanya *fintech* telah berkembang di Indonesia dengan alasan industri keuangan tradisional terdapat beberapa hal yang menjadi masalah dan kesulitan bagi masyarakat dalam akses produk-produk keuangan seperti perbankan dengan aturan yang ketat, daerah tertentu yang belum terjangkau perbankan tradisional. Hadirnya *fintech* bagi masyarakat Indonesia ialah mudah dalam melayani konsumen dimana dan kapan pun serta informasi yang cepat dan fleksibel.<sup>6</sup> *Fintech* dalam industri keuangan merupakan salah satu bentuk inovasinya.<sup>7</sup> Dengan inovasinya, *Fintech* menawarkan semua orang kesempatan untuk menikmati transaksi dimana saja, kapan saja, mudah dan

---

<sup>4</sup> Yovie Bramantyo Adji, Wildan Abineri Muhammad, Abdurrahman Nurwira Lucky Akrabi, Noerlina. "Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia." *JURNAL BECOSS*, 2023: 47.

<sup>5</sup> In Emy Prastiwi and Tira Nur Fitria, "Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 425. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1458>.

<sup>6</sup> Yovie Bramantyo Adji, Wildan Abineri Muhammad, Abdurrahman Nurwira Lucky Akrabi, Noerlina. "Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia." *JURNAL BECOSS*, 2023: 48.

<sup>7</sup> D Alabror, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko, Penggunaan ShopeePay, Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater," in *Skripsi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang*, 2022, 4. [http://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/1686%0Ahttp://rinjani.unitri.ac.id/bitstream/handle/071061/1686/Difa Alabror Artikel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/1686%0Ahttp://rinjani.unitri.ac.id/bitstream/handle/071061/1686/Difa%20Alabror%20Artikel.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

terpercaya untuk mewujudkannya agar lebih efektif dan efisien.<sup>8</sup>

Penggunaan uang elektronik ini dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan baik barang atau jasa secara *online*. Belanja *online* adalah kegiatan yang dilakukan antara pembeli dan penjual dalam kesepakatan jual beli lewat media internet, yakni *ecommerce*.<sup>9</sup> *Ecommerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran data, barang atau jasa melalui Internet.<sup>10</sup> *Ecommerce* ini memberi dampak baik atau positif karena adanya perkembangan teknologi di masyarakat mampu membuat pembelian dan penjualan lebih efisien. Selain itu menjadi peluang bisnis untuk mengantarkan barang penjual ke pembeli. Namun ada juga dampak negatif yang timbul dengan adanya *ecommerce* ini, membuat orang-orang jarang bersosialisasi dan membuat ketagihan sehingga masyarakat melakukan transaksi pembelian secara *impulsif*.<sup>11</sup>

Islam mengatur hukum jual beli yang merupakan salah satu jenis muamalah. Jual beli yang dilakukan secara *online* yang dikenal dengan *ecommerce* merupakan model transaksi yang dikelompokkan menjadi jual beli modern sebab melibatkan inovasi teknologi terutama internet.<sup>12</sup> Umumnya dalam Islam kegiatan transaksi jual beli dilakukan secara langsung yang berbentuk fisik dengan adanya barang dalam

---

<sup>8</sup> Vita Hasna Izdi Amelia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif," in *Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 2021, 17. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/31330>.

<sup>9</sup> Revan Eria Et Al., "Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya," *Commercium* 4, no. 2 (2021): 28. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41291>.

<sup>10</sup> Inggardini Asarila Canestren and Marheni Eka Saputri, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater," *eProceedings of Management Jurnal Ilmu Manajemen* 8 No.3, no. 1 (2021): 818. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/168765/pengaruh-kepercayaan-kemudahan-dan-resiko-terhadap-keputusan-pembelian-menggunakan-metode-pembayaran-shopee-paylater.html>.

<sup>11</sup> I Wayan Agus Grahadi Putra, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujianti, "Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Media Elektronik (E-Commerce)," *Jurnal Analogi Hukum* 2, no. 3 (2020): 321.

<sup>12</sup> Ardiana Hidayah, "Jual Beli Ecommerce dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang* 17, no. 1 (2019): 85.

prosesnya. Transaksi *ecommerce* dan transaksi konvensional mempunyai penjelasan yang mirip, hukum dan kewajiban tertentu diperbolehkan dan sesuai dengan prinsip Islam, sebagaimana dalam Al-Qur'an disebutkan: Surat Al- Jumu'ah ayat 10<sup>13</sup>

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كثيْرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *Apabila telah melakukan shalat, maka bertebaranlah kamu di seluruh bumi; mencari manfaat karunia Allah dan menginga Allah banyak-banyak sehingga kamu bahagia/beruntung.*

Ayat di atas menjelaskan bagaimana Allah mengizinkan umat-Nya untuk melakukan apa saja selama mereka tidak bertentangan dengan ajaran atau prinsip Islam, seperti transaksi jual beli.

Dalam hukum Islam yang tertulis dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 tentang jual beli:<sup>14</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam rangka transaksi yang dilakukan atas dasar kesepakatan bersama di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.*

<sup>13</sup> Al-Qur'an, Q.S Al- Jumu'ah Ayat 10, *Al-Qur'an Al-Quddus dan Terjemahannya*, Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2022, 555.

<sup>14</sup> Al-Qur'an, Q.S An-Nisa Ayat 12, *Al-Qur'an Al-Quddus dan Terjemahannya*, Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2022, 81.

Transaksi jual beli yang terjadi di *ecommerce* saat ini ada persamaan dengan akad *bai' as-salam* yang terlihat dalam proses transaksinya, yakni pembayarannya dipercepat dan penyerahan atau pengirimannya barangnya ditunda. Transaksi yang terjadi di *ecommerce*, setelah melakukan kesepakatan antara *seller* dan *buyer*, maka *buyer* membayar transaksi sesuai dengan jumlah yang telah disepakati. Kemudian, setelah pembayaran telah tertera lunas maka penjual akan mengirimkan barang sesuai permintaan pembeli.<sup>15</sup> Adapun 4 syarat dari kegiatan jual beli *ecommerce* dan *bai' assalam* yang harus terbentuk seperti penjual, pembeli, produk dan uang. Namun, dasar hukum jual beli *online* sama seperti akad jual beli umumnya yang diperbolehkan dalam Islam. Jual beli *online* dihukumi haram apabila, terdapat prosedurnya yang haram, barang yang akan dipasarkan adalah barang haram dan melanggar aturan perjanjian atau mengandung unsur penipuan.<sup>16</sup>

Indonesia sebagai negara berkembang yang memiliki bonus demografi yang tinggi, amat menerima *ecommerce* yang lahir pada era internet sehingga pengguna mayoritas *ecommerce* adalah individu dengan usia produktif seperti generasi milenial dan gen Z. Hal ini ditandai dengan perilaku masyarakatnya yang konsumtif, transaksi jual beli bukan lagi karena kebutuhan tetapi didorong sebab hasrat dan keinginan. Dengan adanya *ecommerce*, masyarakat banyak yang berpindah perilaku kegiatan ekonominya dan menyukai belanja *online*. Apalagi dengan sistem pembayarannya yang juga dengan uang elektronik.<sup>17</sup>

Pertumbuhan *ecommerce* telah didukung oleh metode pembayaran baru. Salah satu elemen yang berkontribusi terhadap stabilitas sistem keuangan yang berkembang pesat adalah sistem pembayaran. Sekarang, sistem digital seperti

---

<sup>15</sup> Annisa Dwi Kurniawati, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam", *Journal Of Islamic: Economic And Business* 2, No. 1 (2019):107.

<sup>16</sup> Runto Hedianda dan Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon* (2013):47.

<sup>17</sup> Eri Yanti Nasution, "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia", *Jurnal Ekonoi & Ekonomi Syariah* 3, No. 2 (2020):508.



akun virtual, kartu kredit dan kartu debit, dompet digital atau *ewallet* tersedia, seperti halnya pengembangan sistem pembayaran berbasis elektronik pertama kali.<sup>18</sup> Salah satu sistem pembayaran elektronik atau online yang mengikuti pesatnya perkembangan *ecommerce* adalah uang elektronik.

Menurut Rivai “Uang elektronik adalah alat pembayaran yang bersifat elektronik (*online*) yang digunakan dengan mengisi dahulu jumlah uang yang digunakan pada perusahaan (penerbit) aplikasi, baik secara langsung maupun agen-agen yang bekerjasama dengan perusahaan tersebut atau dengan debit rekening di bank”.<sup>19</sup> Uang elektronik terdiri dari dua macam yaitu *emoney* dan *ewallet*, *emoney* yakni uang elektronik berbentuk kartu *chip* yang diterbitkan oleh perbankan dengan proses transaksinya melalui *offline*, sedangkan *ewallet* adalah dompet elektronik dalam media aplikasi di *handphone* yang transaksinya diakses dengan cara *online*.<sup>20</sup> Adapun *ewallet* yang banyak dikenal dan populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini adalah DANA, OVO, GoPay dan Shopeepay dengan menggunakan *ewallet* transaksi menjadi lebih mudah dan efisien.

Berdasarkan laporan yang dilakukan Dailysocial Innovate Fintech, perkembangan pengguna aktif bulanan *ewallet* seperti Gopay, OVO, DANA, Shopeepay dan LinkAja pada 2021-2022 pada tabel berikut:<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Rahmatika Sari, “Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 45.

<sup>19</sup> Sulistyio Seti Utami, “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta),” *Balance* XIV, no. 2 (2017): 30.

<sup>20</sup> Vicky Pradita Dewanti and Nadia Asandimitra, “Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience Terhadap Financial Management Behavior Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Paylater,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 3 (2021): 864.

<sup>21</sup> Intan Rakhmayanti Dewi, “Peta Kompetisi Dompet Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?,” 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompet-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>. diakses pada 29 Desember 2022

**Gambar 1.1 Pengguna Aktif Bulanan *Ewallet***



Di Indonesia pada era *society 5.0* saat ini, *ewallet* berkembang dengan pesat dan banyak disukai oleh masyarakat, banyak *startup* yang menerbitkan layanan berupa fitur yang memberi waktu konsumen untuk menunda pembayaran dan perusahaan aplikasi meminjamkan uangnya pada konsumen yang disebut *paylater*. Fitur *paylater* ini berupa sistem cicilan atau pinjaman *online* tanpa kartu kredit berbasis digital, fitur ini memberi peluang pada masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja, transfer uang, memesan makanan sampai pemesanan tiket *travelling* tanpa harus menunggu cukup uang dan benar-benar membantu penggunaannya, untuk memenuhi kebutuhan mereka adalah ini dari *paylater* salah satu trend yang menarik perhatian masyarakat saat ini.<sup>22</sup>

Perusahaan *ecommerce* banyak yang menyediakan fitur ini salah satunya adalah Shopee. Shopee menjadi salah satu *ecommerce* yang banyak peminatnya dan populer dengan sistem pembayaran *paylater*nya kemudian dikenal dengan Shopee *Paylater*. Cara mengaktifkan fitur tersebut terbilang mudah hanya dengan mengupload KTP dan menunggu

<sup>22</sup> Hilda Rohmatillah, "Bijak Dalam Menggunakan Aplikasi Paylater," *Kompasiana.Com*, 2019, <https://www.kompasiana.com/hildarohmatillah3828/5db1622f0d82304946177b13/bijak-dalam-menggunakan-aplikasi-paylater>. diakses pada 30 Desember 2022

verifikasi dari PT. Shopee Internasional Indonesia.<sup>23</sup> Antusias penduduk Indonesia dengan adanya layanan *fintech* berupa *paylater* ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah pengguna *paylater* dari masa ke masa. Hal ini dirasakan oleh hingga tahun 2020, Shopee mencapai 1, 27 juta pengguna Shopee Pay Later dan mengkreditkan sampai 850.000 orang (Lnetera Dana).<sup>24</sup>

Generasi milenial dan gen Z termasuk dalam *user paylater* dengan jumlah yang banyak. Melihat hasil survey dari Katadata Insight Center dan Zigi menampilkan hasil bahwa generasi milenial dan generasi z melakukan transaksi dengan sistem pembayaran *paylater* sebagai metodenya. Sekitar 13,8 persen yang merupakan hasil dari 5.204 responden yang mengikuti survey, jumlah tersebut tidak dapat dibilang sedikit bila dibandingkan dengan metode transaksi yang lain. Hal ini dapat memicu meningkatnya pengguna *paylater* di golongan kaum muda di masa mendatang.<sup>25</sup>

Pelajar dan mahasiswa termasuk dalam golongan kaum muda yang belum memiliki pendapatan tetap. Mengingat usia rata-rata mereka yang bisa jadi belum tergolong dalam usia pekerja.<sup>26</sup> Minimnya penghasilan keuangan bagi pelajar dan mahasiswa tidak menjadi masalah, karena ketika ingin memenuhi kebutuhan dan belanja cukup dengan menggunakan layanan fitur *paylater*. Apalagi dengan kemudahannya dalam melakukan registrasi *paylater* sangat cepat dan secara *full online*. Fitur yang disediakan oleh Shopee *Paylater* menjadi pilihan pertama bagi pelajar dan mahasiswa yang menginginkan membeli terlebih dahulu di saat belum memiliki cukup uang.

---

<sup>23</sup> Sherlina Permata and Hendra Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later," *Jurnal Krisna Law* 4, no. 8 (2022): 33.

<sup>24</sup> Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 7, no. 1 (2021): 45 <https://www.lenteradana.co.id/>

<sup>25</sup> Desy Setyowati, "Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana" *Dkatadata.co.id*, 2022, diakses pada 01 Januari 2022. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>.

<sup>26</sup> Nurlaili Hanum, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa" *Jurnal Samudra Ekonomika* 1, No.2 (2017):108.



Hal ini didukung juga dengan survey yang dilakukan oleh Dailysocial, bahwasannya *emoney* yang banyak digunakan pada dua tahun terakhir adalah *Shopee Paylater*, persentasinya hingga 78,4%.

Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021

No	Nama	Nilai / %
1	Shopee Paylater	78,4
2	Gopay Later	33,8
3	Kredivo	23,2
4	Akulaku	20,4
5	Traveloka Paylater	8,6
6	Inoocana	3,3
7	Home Credit	2,3
8	Lainnya	0,4

Berdasarkan persentase yang besar untuk generasi milenial dan gen z yang didominasi oleh pelajar dan mahasiswa, maka dibutuhkan penelitian lebih lanjut terkait beberapa faktor yang menjadi alasan, generasi tersebut menggunakan *Shopee Paylater*. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan *Shopee Paylater* adalah faktor sosial. Fitur *paylater* yang disediakan *ecommerce* *Shopee* memiliki nilai faktor yang mampu memikat banyak orang untuk menggunakannya. Dengan topik tersebut maka diperlukan teori untuk mengetahui perilaku konsumen ketika akan menggunakan fitur *shopee paylater*. Teori perilaku terencana atau *Theory of planned behavior* dapat diartikan sebagai filosofi yang menerapkan sikap seseorang dalam niat perilaku yang dilakukannya. Teori perilaku terencana ini menjelaskan intensitas cara berperilaku dengan kombinasi antara sikap, norma subyektif dan kontrol diri atau kendali perilaku. Sikap yang merupakan opini

seseorang apakah tindakan yang diambilnya memberi kerugian atau keuntungan.<sup>27</sup>

Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2019 diambil menjadi subjek penelitian dengan alasan mayoritas dari mahasiswa mempunyai *handphone* dan dipastikan mempunyai aplikasi belanja *online* juga termasuk komunitas konsumen generasi yang bersifat konsumtif. Mahasiswa suka berbelanja untuk memenuhi kebutuhan kuliahnya selain itu untuk menunjang penampilan mahasiswa membeli barang seperti pakaian, sepatu, tas, *make up*, *gadget* dan lain-lain. Kegiatan konsumsi mahasiswa dapat diketahui dari kiriman uang saku yang dikumpulkan untuk belanja kebutuhan mereka. Dan banyak dari mahasiswa perempuan yang tertarik dengan belanja *online* untuk menampilkan *lifestyle* dengan mengikuti lingkungan sosial tempat mereka tinggal.

Penelitian sebelumnya sudah dilakukan oleh Namira Maulida Eka Putri dan Sonja Andrarini, tahun 2022 dengan judul Pengaruh *Self Control* Dan *Financial Attitude* Terhadap *Financial Management Behavior* Pengguna Layanan *Buy Now Pay Later* (Studi Pengguna *Shopee Paylater* Di Kota Surabaya) yang memuat kesimpulan secara parsial kontrol diri memiliki dampak signifikan terhadap *financial management behavior* penggunaan layanan beli sekarang bayar kemudian<sup>28</sup>. Penelitian lain juga dilakukan oleh Renggani Nur Wulan Octanita Sanoesi dan Hendra Setiawan pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap *Impulse Buying* Pada Pengguna *Shopee Paylater* yang menyimpulkan variabel gaya hidup berpengaruh signifikan secara positif terhadap *impulse buying* pengguna *Shopee*

---

<sup>27</sup> Sriyanthi Pasaribu and Tulus Budi Sulistyio Radikun, "Penerapan Teori Perilaku Terencana Dalam Pengambilan Keputusan Etis," *Psychocentrum Review* 3, no. 2 (2021): 164–173. <https://journal.unindra.ac.id/index.php/pcr/article/view/640>

<sup>28</sup> Sonja Andarini Namira Maulida Eka Putri, "Pengaruh *Self Control* Dan *Financial Attitude* Terhadap *Financial Management Behavior* Penggu Layanan *Buy Now Pay Later*," *Jurnal Ekonomi Akuntansi Menejemen* 21, no. 1 (2022): 60–74.

*Paylater*.<sup>29</sup> Penelitian yang lain dilakukan oleh Silvy Waroka dan Arif Fadila dengan judul penelitian, Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee *Paylater*, hasil kesimpulannya yakni terdapat pengaruh yang simultan pada kepercayaan dan gaya hidup yang artinya mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan pembelian dengan pinjaman Shopee *Paylater*.<sup>30</sup>

Faktor sosial adalah kelompok atau orang yang keberadaannya di sekitar konsumen yang mampu mempengaruhi perilakunya. Pengambilan keputusan penggunaan Shopee *Paylater* yang terjadi karena dipengaruhi faktor eksternal seperti teman, saudara dan kelompok acuan tertentu.<sup>31</sup> Faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan Shopee *Paylater* dikalangan generasi milenial dan gen z yaitu, gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang mencerminkan keseluruhan mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan mereka. Penelitian yang pada variabel faktor sosial sebelumnya telah dilakukan oleh Fany Fadhila, Azhar dan Muslim Marpaung dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater” dengan hasil variabel faktor sosial memiliki pengaruh positif, kuat dan juga signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada masyarakat muslim Kota Medan.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Setiawan, “Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater.” *Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi 4*, (2022):17.

<sup>30</sup> Sulvy Waroka dan Arif Fadila, “Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no.12 (2022):623. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/1894>.

<sup>31</sup> Fany Fadhila, Azhar, and Muslim Marpaung, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater,” *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal* 1, no. 2 (2020): 20–30. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/194>.

<sup>32</sup>Fany Fadhila, Azhar dan Muslim Marpaung. “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater.” *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal) E-ISSN: 2747-0830*, 2020: 28.

Gaya hidup individu dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilakunya yang termasuk juga perilaku pembelian. Gaya hidup dikalangan kawula muda biasanya menjadi pedoman atau motivasi pokok dalam membeli suatu barang atau jasa. Dan juga terwujudnya gaya hidup ini pada seseorang diindikasikan oleh keadaan yang pernah ditemukannya, golongan sosialnya, kelompok sosial, keluarga dan juga ciri-ciri pribadinya. Gaya hidup setiap individu menunjuk pada respon terhadap situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, perilaku dan harapan seseorang.<sup>33</sup> Penelitian sebelumnya yang dilakukan Gina Rahmawati dan Elly Mirati pada variabel gaya hidup dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial” mendapatkan hasil bahwa gaya hidup mempunyai hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater* pada generasi milenial. Gaya hidup yang semakin tinggi akan mendorong generasi millennial membeli barang-barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga dapat menjadi konsumtif dalam menggunakan Shopee *Paylater*.<sup>34</sup>

Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan dinilai mampu melatarbelakangi seseorang untuk mengelola keuangannya. Variabel literasi keuangan syariah sebelumnya telah diteliti oleh Gita Yesra Juwita dengan judul “Pengaruh Religiositas, Literasi Keuangan Syariah, Ekspektasi Kinerja, dan Pengaruh Sosial Terhadap Niat Penggunaan Shopee *Paylater* dengan Umur dan Gender sebagai Variabel Moderator<sup>35</sup>” yang menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan

---

<sup>33</sup> Pulyadi Haryono, “Hubungan Gaya Hidup Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda” *Jurnal Psikoborneo* 2, no. 4 (2014): 269, <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3674>.

<sup>34</sup> Mirati, Gina Rahmawati dan Elly. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial.” *Prosiding SNAM PNJ*, 2022: 9.

<sup>35</sup> Juwita, Gita Yesra. *Pengaruh Religiositas, Literasi Keuangan Syariah, Ekspektasi Kinerja, dan Pengaruh Sosial Terhadap Niat Penggunaan Shopee *PayLater* dengan Umur dan Gender sebagai Variabel Moderator*. Skripsi, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2023.

syariah tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan Shopee *Paylater*.<sup>36</sup>

Kontrol diri adalah kapasitas seseorang untuk membuat pilihan yang bijaksana dan mengambil kegiatan yang tepat untuk membawa hasil yang diinginkan dan menghindari konsekuensi yang tidak menguntungkan. Pada hal penggunaan Shopee *Paylater* dibutuhkan kesadaran kontrol diri yang tinggi dengan tujuan keputusan yang diambil tidak merugikan diri sendiri dan orang lain. Kesadaran kontrol diri yang tinggi mampu membawa individu ke arah kegiatan yang lebih bijak dalam menggunakan layanan transaksi Shopee *Paylater*. Penelitian yang membahas tentang pengaruh kontrol diri telah dilakukan oleh Gabreila Aufa Jahrudin dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee *Paylater*” hasil penelitian meunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara variabel kontrol diri terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee *Paylater* sehingga semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki setiap mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki oleh setiap mahasiswa.<sup>37</sup>

Hal - hal yang disampaikan di atas mengidentifikasi bahwa ada faktor- faktor di balik pengaruh penggunaan Shopee *Paylater*. Berdasarkan konteks permasalahan tersebut, peneliti tertarik menggunakan judul **Pengaruh Faktor Sosial, Life Style, Self Control dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Shopee Paylater**.

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*?

---

<sup>37</sup> Jahrudin, Gabreila Aufa. *Pengaruh Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater*. Skripsi, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2022.



2. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*?
3. Apakah *self control* berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*?
5. Apakah faktor sosial, *lifestyle*, *self control*, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*
2. Untuk menganalisis pengaruh *lifestyle* berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*
3. Untuk menganalisis pengaruh kontrol diri berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*
5. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial, *life style*, kontrol diri, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee *Paylater*

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis:

Memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat khususnya generasi milenial dalam bentuk literatur penelitian mengenai pengaruh faktor sosial, *life style*, *self control*, dan literasi keuangan, sehubungan dengan perilaku konsumsi pelanggan Shopee *Paylater* sehingga dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk penelitian di masa depan yang serupa dengan penelitian ini.

#### 2. Manfaat Praktikal:

##### a. Bagi penulis

Penulis memiliki kesempatan untuk menggunakan studi ini untuk memperluas pemahaman mahasiswa dan memperdalam pengetahuan mereka, serta untuk meningkatkan pengalaman mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh selama kegiatan

belajar mengajar. Studi ini merupakan elemen penting untuk mendapatkan gelar.

b. Bagi instansi

Semoga bermanfaat bagi IAIN Kudus perpustakaan sebagai referensi dan mampu meningkatkan reputasi instansi lewat hasil dari penelitian yang memberi pengaruh terhadap masyarakat luas.

## E. Sistematika Penulisan

Sistem penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk membuat penelitian skripsi, yakni:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Ada 5 topik yang dibahas dalam bagian bab ini. Pertama, gunakan data dari objek penelitian untuk menggambarkan masalah pada bagian bawah makalah sebagai fenomena. Yang kedua adalah diskusi tentang suatu masalah yang didasarkan pada pertanyaan tentang suatu masalah yang telah diselesaikan. Dan ketiga, ada beberapa tujuan yang terkait dengan metodologi penelitian ini. Keempat, manfaat penelitian menjelaskan manfaat yang berasal dari penelitian khusus ini. Sistematika penulisan, Kelima.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Di bagian bab ini berisi beberapa faktor yang jabarkan. Pertama, teori yang digunakan untuk menganalisis. Kedua, telaah pustaka yang menerangkan ringkasan penelitian yang pernah dilakukan peneliti terdahulu serta persamaan dan perbedaannya dengan obyek penelitian saat ini. Ketiga, kerangka penelitian berupa cara yang digunakan untuk menentukan hipotesis dan model penelitian yang diuji. Kelima, sub bab yang didalamnya terdapat hipotesis yang diajukan.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab III menerangkan rencana kebutuhan kegiatan selama penelitian. Bagian- bagian dari

kegiatan tersebut, antara lain: jenis dan pendekatan penelitian, setting (waktu dan tempat) penelitian, populasi dan teknik pengumpulan data, desain dan definisi variasi operasional, uji validitas dan reliabilitas instrumen, dan metode analisis data.

