

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kehidupan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali pada sektor finansial. Sektor finansial memiliki peran yang sangat penting dalam dunia perekonomian dan kedepannya akan terus berkembang seiring dengan kebutuhan masyarakat. Dalam penyesuaian sektor keuangan dengan perkembangan teknologi dan informasi dalam bentuk *fintech* (finansial teknologi), *Fintech* merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi dan informasi di bidang finansial atau keuangan yang pertama kali muncul pada tahun 2004 oleh Zopa, yaitu suatu institusi finansial di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang, yang akhir-akhir ini sudah merambah ke berbagai macam jenis aplikasi-aplikasi dalam berbagai macam bentuk transaksi.

Keberadaan *fintech* sangat diharapkan dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman yang meliputi pembayaran, peminjaman uang, transfer, ataupun jual beli saham serta berbagai layanan keuangan lainnya. Di Indonesia, *fintech* berkembang sejalan dengan penggunaan telephone seluler dan layanan internet. Secara garis besar, keberadaan *fintech* sendiri telah mencatat pencapaian yang positif dalam kategori pinjaman online. Pesatnya perkembangan pinjaman online mendapatkan respon yang baik dari masyarakat yang berdampak pada peningkatan inklusi keuangan di Indonesia. Penyelenggaraan *fintech* di Indonesia telah diawasi oleh Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Platform *fintech* salah satunya yaitu P2PL (*peer to peer lending*) yang telah menawarkan pinjaman modal atau pembiayaan secara elektronik.¹

Evolusi transaksi finansial akan terus berlangsung dan berkembang pesat, dimana uang fisik (uang kartal) sudah mulai tergantikan dengan uang non fisik (uang non tunai). Selain pembayaran menggunakan kartu kredit, di era digital ini mulai menggunakan uang elektronik. Transaksi dengan uang elektronik

¹Pramana, I Wayan Bagus. *Peranan Otoritas Jasa Keuangan dalam Mengawasi Lembaga Keuangan NonBank Berbasis Financial Technology Jenis Peer to Peer Lending*. Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum UNUD 2, No. 04. (2018). 1-14.

menimbulkan pemindahan uang secara online di terminal *merchant* (pembayaran penjual), dengan pengurangan nilai uang elektronik tersebut secara langsung pada media elektronik yang dikelola. Terdapat bentuk pelaksanaan uang elektronik salah satunya yaitu *Paylater*.² Dalam penggunaan uang elektronik telah diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), transaksi elektronik berbais teknologi informasi tertuang dalam suatu dokumen elektronik yang pengaturannya ada dalam Pasal 1 Angka 4. Transaksi yang dibuat secara elektronik memiliki kekuatan yang sama dengan transaksi yang ditandatangani para pihak langsung (dengan kehadiran langsung para pihak). Demikian halnya dengan pembuktiannya, transaksi jual beli elektronik maupun rekaman akan mempunyai kekuatan pembuktian yang sama dengan perjanjian yang ditandatangani para pihak secara langsung.

Salah satu *e-commerce* yang menerapkan sistem *paylater* adalah Shopee. Shopee merupakan perusahaan yang menyediakan tempat belanja online dengan fokus pada *platform mobile* yang dapat memberikan kemudahan pengguna untuk mencari barang yang diinginkan. Shopee memberikan beberapa pilihan dalam metode pembayaran, yaitu seperti; *Shopeepay*, *Shopee Paylater*, transfer bank, COD (*Cash on Delivery*) dan lainnya.³ Metode pembayaran yang menarik yaitu fitur *shopee paylater* yang merupakan layanan pinjaman online tanpa adanya kartu kredit dengan konsep belanja sekarang bayar kemudian hari, baik dengan sekali bayar atau dengan menyicil. Fitur *shopee paylater* ini menjadi salah satu teknik pemasaran yang cerdas untuk menarik banyak konsumen agar berbelanja di shopee dengan sistem beli sekarang dan bayar kemudian hari atau lebih dikenal dengan sistem kredit. Sasaran pengguna shopee yaitu kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk dalam kegiatan berbelanja.

Dalam pelaksanaan shopee *Paylater* telah sesuai dengan aturan yang dikeluarkan oleh POJK melalui POJK No. 77 Tahun 2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang berbasis Teknologi Informasi. Dalam Pasal 2 mengatur Tentang Penyelenggaraannya yang meliputi; penyelenggara dinyatakan sebagai Lembaga Jasa

² Aulianisa, Sarah Safira. *Konsep dan Perbandingan Buy Now, Paylater dengan kredit Perbankan di Indonesia (Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi)*. Rechts Vinding Journal, Pembinaan Hukum Nasional 9, No. 2, (2020). 183-194.

³ Sejarah shopee, dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/ShopeeIndonesia.com>, februari 10, 2022.

Kuangan Lainnya, Badan hukum Penyelenggara Berbentuk perseroan terbatas atau koperasi. Berkaitan dengan POJK tersebut Shopee *Paylater* masuk dalam ketegori Lembaga Jasa Keuangan Lainnya dan masuk dalam badan hukum dengan bentuk Perseroan Terbatas.⁴

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini memberikan dampak dalam kehidupan masyarakat dalam sehari-hari. Hal ini juga akan mengubah gaya hidup (*lifestyle*) individu. Gaya hidup adalah konsep yang lebih kontemporer, lebih komperhensif, dan lebih berguna daripada kepribadian. Gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi, yang didefinisikan sebagai pola individu hidup dan menghabiskan waktu serta uangnya. Gaya hidup sendiri mencakup sekumpulan kebiasaan individu, persepsi dan pola respons individu terhadap hidupnya terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.⁵

Dengan kegiatan pembelian yang dilakukan konsumen tidak hanya didasarkan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan saja, namun didukung pula dengan adanya stimulus dari pihak produsen melalui semakin banyaknya trend yang produsen keluarkan, sehingga arus konsumtif semakin meningkat. Perilaku pembelian *impulsive* merupakan salah satu fenomena yang biasa dalam kehidupan sehari-hari. Kotler mengatakan bahwa pembelian secara *impulse* terjadi pada sesuatu yang baik dimana tidak perlu membutuhkan usaha yang banyak untuk membelinya.

Kemudahan yang diberikan teknologi saat ini telah mengubah gaya hidup seseorang yang awalnya memiliki keterbatasan keuangan dan tidak memiliki kartu kredit dikarenakan persyaratan untuk mendaftar yang terbilang cukup rumit. Saat ini telah dimudahkan adanya metode pembayaran menggunakan fitur *paylater* yang diberikan oleh beberapa *marketplace*, salah satunya yaitu shopee. Dari keinginan untuk meniru gaya hidup zaman sekarang yang cenderung meningkat, serta banyaknya promo, diskon dan juga *cashback* yang ditawarkan oleh pihak shopee sangat menggiurkan bagi kalangan anak muda zaman sekarang. Hal ini mengakibatkan peningkatan jumlah pengguna dan transkasi dengan metode pembayaran shopee *paylater*. Hal ini juga mengubah gaya hidup

⁴ Made Ayu G. Lestari, *Keabsahan Shopee Paylater Sebagai Financial Technology dalam Hukum Positif Indonesia*, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 10 No. 04. (2022). 772-781.

⁵ James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, *Costumer Behaviour* (edisi terjemahan), (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 383.

baru yang mengarah pada konsumerisme karena faktor kemudahan dan pengaruh sosial dalam bertransaksi tanpa harus menunggu dana yang cukup karena saat ini telah tersedia sistem pembayaran belanja sekarang bayar kemudian hari.

Dalam konsepsi Islam, tidak ada larangan bagi manusia dalam mengonsumsi sesuatu atau memenuhi kehidupan umat-Nya, kecuali hal tersebut telah dilarang dalam Al-Qur'an seperti larangan dalam mengonsumsi semua hal yang berkaitan dengan hewan anjing dan babi, darah dan bangkai yang secara kandungannya memang telah diharamkan. Adapun hal lainnya yang telah dilarang dalam Al-Quran yaitu dalam menjalani kehidupan yang dilakukan dengan cara berlebihan dan melakukan tindakan pemborosan (melakukan hal yang sia-sia). Pada urgensi keseimbangan pola konsumsi dalam membelanjakan hartanya. Berdasarkan batasan konsumsi dalam Islam yang menjadi perbedaan mendasar antara pola konsumsi Islam dengan konvensional yaitu dalam konsumsi Islam lebih didasarkan pada kebutuhan yang diharapkan dapat memberikan kemsalahatan dimana dalam kebutuhan tersebut memiliki tiga tingkatan yaitu *dharuriyat* (primer), *hajiyyat* (sekunder) dan *tahsiniyyat* (tersier). Sedangkan dalam pola konsumsi konvensional lebih mengacu pada kepuasan konsumen atas apa yang telah dikonsumsi.

Adapun penelitian sebelumnya oleh Fanny A. Putri dan Sri Setyo Irani dengan judul "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee *Paylater*" diperoleh hasil adanya pengaruh positif pada variabel kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *Paylater*.⁶ Sama halnya dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Danang Satrio, dengan hasil penelitian bahwa hanya kualitas *website* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan pada variabel *impulse buying*. Sedangkan variabel *shopping lifestyle* dan *sales promotion* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *impulse buying*.⁷ Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Mevi Venia dkk, meneliti tentang pengaruh gaya hidup, promosi penjualan dan motivasi belanja hedonis terhadap perilaku *impulse buying*. Dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, *sales*

⁶ Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Irani, *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 8 Nomor 3 (2020). 818-828.

⁷ Danang Satrio, *Perilaku Impulse Buying pada Konsumen Marketplace Lazada*, Journal of Economic and Business Applied (IJEBA), Vol. 01 No. 2, (2020), 99-104.

promotion dan motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulse buying*.⁸ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Yoga Prathama dkk dengan hasil variabel *shopping lifestyle* dan diskon berpengaruh positif terhadap perilaku *impulse buying* pada *marketplace* Tokopedia.⁹

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam penggunaan *shopee paylater* dan gaya hidup berbelanja terhadap perilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi Islam, dan berupaya untuk melengkapi penelitian terdahulu. Dimana dalam penelitian terdahulu belum ada yang melakukan penelitian dari perspektif ekonomi Islam. Pada latar belakang yang telah dijabarkan maka perlu dilakukan penelitian apakah dalam penggunaan *shopee paylater* dapat mempengaruhi mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam berperilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi Islam dan apakah adanya pengaruh *shopping lifestyle* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam berperilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi Islam. Maka peneliti mengambil judul: **“Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Shopping Lifestyle pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus Terhadap Perilaku Impulse Buying dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah penggunaan *shopee paylater* berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Apakah *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam perspektif ekonomi Islam?

⁸ Mevi Venina, Faisal Marzuki dan Yuliniar, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-Commerce)*, KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), Volume 2 (2021). 929-941.

⁹ Yoga Prathama Putra, Nuruni Ika Kusuma W, *Impulse Buying Di e-commerce Tokopedia di masa Pandemi*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen Vol. 4 No. 1 (2021). 1-8.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan shopee *paylater* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus terhadap perilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *shopping lifestyle* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus terhadap perilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, peneliti berharap dapat memberikan mafaat kepada banyak pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam menambah dan memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan sebagai bentuk referensi untuk pengembangan penelitian mengenai pengaruh shopee *paylater* dan *shopping lifestyle* terhadap mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam berperilaku *impulse buying* dalam perspektif ekonomi islam. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada ilmu ekonomi dan bisnis islam, khususnya dalam perilaku konsumen.

a. Untuk Ilmu Pengetahuan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya. Serta memberikan informasi dan wawasan bagi pihak-pihak terkait dan menjadi referensi bagi mahasiswa/i terkait penelitian mengenai pengaruh shopee *paylater* dan *shopping lifestyle* terhadap perilaku *impulse buying*.

b. Bagi Perusahaan atau lembaga

Hasil penelitin ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk mengetahui adanya pegaruh dari shopee *paylater* dan *shopping lifestyle* terhadap mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam melakukan perilaku *impulse buying* pada produk yang ditawarkan, sehingga pihak perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Jika masalah apakah penggunaan shopee *paylater* dapat mempengaruhi mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus

dalam berperilaku *impulse buying*, dapat terpecahkan. Maka, kita dapat mengetahui apakah berpengaruh atau tidaknya penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku *impulse buying* pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus serta apabila berpengaruh seberapa besar pengaruh tersebut.

- b. Jika masalah apakah *shopping lifestyle* dapat mempengaruhi mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus dalam berperilaku *impulse buying*, dapat terpecahkan. Maka kita dapat mengetahui perilaku *impulse buying* itu dapat terjadi diakibatkan *shopping lifestyle* ataukah tidak dan seberapa pengaruh yang dihasilkan dari *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* dikalangan mahasiswa ekonomi syariah IAIN Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Tujuan sistematika penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai isi dari penelitian ini. Sehingga mendapatkan pemahaman secara runtut. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman abstraksi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab yaitu antara bab I sampai bab V yang saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, yang dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB I Pada bab I Pendahuluan, mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat baik secara teoritis maupun praktis dan sistematika penulisan.

BAB II Pada bab II Landasan Teori, mencakup deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III Pada bab III Metode Penelitian, mencakup jenis dan pendekatan, setting penelitian (tempat dan waktu), populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrument, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Pada bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, mencakup deskripsi objek penelitian, deskripsi data dan hasil penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis data dan pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V Pada bab V Penutup, berisi kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.

