



VOLUME 1 NOMOR 1 JANUARI 2024

Diterima: 1 Januari 2024

Direvisi: 4 Januari 2024

Disetujui: 7 Januari 2024

The Influence of Shopee PayLater Usage in the Shopee Application on the Consumptive Behavior of Employees at PT. Cipta Mandiri Wirasakti

Pengaruh Pengguna Shopee Paylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan Pt. Cipta Mandiri Wirasakti

Lina Rokhmatulah¹, Cory Vidiati², Dini Selasi³

Email: linarokhmatulah728@gmail.com¹, vidiatic@gmail.com², diniselasi1980@gmail.com³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon^{1,2,3}

ABSTRACT

The objectives of this study are as follows: first, to know how much shopee paylater is used by employees of PT Cipta Mandiri Wirasakti; second, to know how students' consumptive behavior is influenced by the use of shopee paylater; and third, to know how the use of shopee paylater has an impact on the consumptive behavior of employees of PT Cipta Mandiri Wirasakti. This associative quantitative research examines how the use of Shopee Paylater affects consumptive behavior. The results showed that the use of Shopee Paylater influenced consumptive behavior. Significance value (Sig) of $0.010 < 0.05$, according to the results of SPSS. Thus, the H_a hypothesis which states that the use of ShopeePayLater has a positive impact on the consumptive behavior of employees of PT Cipta Mandiri Wirasakti is accepted. Conversely, the H_0 hypothesis is rejected, which indicates that there is an impact of using ShopeePayLater (X) on the consumptive behavior of employees of PT Cipta Mandiri Wirasakti (Y).

Keywords: Shopee Paylater Users, Consumptive Behavior

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: mengetahui seberapa banyak shopee paylater digunakan oleh karyawan PT.Cipta Mandiri Wirasakti; kedua, mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh penggunaan shopee paylater; dan ketiga, mengetahui bagaimana penggunaan shopee paylater berdampak pada perilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti. Penelitian kuantitatif asosiatif ini meneliti bagaimana penggunaan Shopee Paylater memengaruhi perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater memengaruhi perilaku konsumtif. Nilai Signifikansi (Sig) sebesar $0,010 < 0,05$, menurut hasil dari SPSS. Dengan demikian, hipotesis H_a yang menyatakan bahwa penggunaan ShopeePayLater memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti diterima. Sebaliknya, hipotesis H_0 ditolak, yang menunjukkan bahwa ada dampak penggunaan ShopeePayLater (X) terhadap perilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti (Y).

Kata Kunci : Pengguna *Shopee Paylater*, Perilaku Konsumtif



PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya teknologi dan internet yang begitu pesat, kegiatan dan kehidupan manusia terus berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan pesat ini berdampak pada perubahan gaya hidup sosial, termasuk kehidupan masyarakat muslim modern. Kegiatan manusia diharapkan dapat dilakukan secara cepat, efisien, dan mudah di masa globalisasi saat ini. Alat bantu canggih berbentuk elektronik yang memudahkan berbagai kegiatan manusia mengurangi jumlah kegiatan manusia. Pada berbagai bidang, terutama dalam dunia bisnis, penggunaan layanan media online telah menghasilkan sejumlah kemudahan dalam komunikasi dan informasi. Internet membantu bisnis memasarkan dan mengembangkan bisnis mereka di seluruh dunia. (Salma Elysia & Jufri Achmad, 2023).

Menurut Hamdani (2019), fintech adalah kombinasi jasa keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderen. Orang-orang yang dulunya harus membayar dengan bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas sekarang dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan menit atau detik. Salah satu fitur fintech yang paling populer saat ini adalah PayLater, yang dikenal sebagai "bayar nanti", yang memungkinkan orang untuk membeli barang dan jasa dengan dicicil tanpa menggunakan kartu kredit. Tentu saja, adanya fintech ini akan memudahkan orang untuk bertransaksi apa pun, sehingga fintech ini juga menerima kredit. (Prastiwi & Fitria, 2021).

Salah satu teknologi keuangan atau *Financial technology*, atau *fintech*, akan membuat proses transaksi keuangan lebih modern dan nyaman. Berbagai inovasi telah dilakukan oleh beberapa fintech dan beberapa e-commerce, terutama dengan menciptakan alternative metode pembayaran berbasis kredit online yaitu paylater. Bisnis e-commerce yang menawarkan banyak kemudahan untuk pelanggan mungkin tidak berhasil hanya dengan membangun situs web toko online. Pelanggan secara pribadi akan menilai situs web e-commerce dan menentukan apakah mereka akan percaya dengan situs tersebut dan dengan senang hati bertransaksi dan bertukar informasi pribadi dengannya. Para pembeli online sangat hati-hati karena ancaman kecurangan online. Pada dasarnya, banyak pembeli tidak percaya pada situs web kecuali jika bisnis dapat membuat situs web terkait dapat dipercaya. Setelah masuk ke situs, pengunjung mulai memeriksa kredibilitasnya. (Sunnyoto, 2013).

Salah satu metode pembayaran yang tersedia di aplikasi Shopee adalah fitur Shopee PayLater, yang merupakan layanan cicilan tanpa kartu kredit yang disatukan dengan fungsi "Beli Sekarang, Bayar Nanti", yang memungkinkan Anda menggunakan cicilan tanpa kartu kredit. Sebelum ini, kartu kredit sangat penting untuk pembayaran cicilan. Namun, membutuhkan waktu yang lama untuk mengaktifkan kartu kredit Anda karena pengajuan sendiri bukanlah proses yang mudah. Akibatnya, tidak semua orang memiliki kartu kredit dan beberapa orang hanya dapat mendapatkan pinjaman cicilan. Dibandingkan dengan PayLater, lebih mudah digunakan dan tidak membutuhkan pengajuan yang lama. (Sitorus et al., 2022)

Ada sejumlah platform yang menawarkan metode pembayaran paylater, termasuk layanan keuangan online, e-commerce, dan layanan e-wallet, yang menawarkan berbagai produk pembiayaan kredit. Selama pandemi, jumlah transaksi di Shopee telah meningkat. DSResearch melakukan penelitian pada tahun 2021 yang menunjukkan peningkatan penggunaan metode pembayaran Paylater di berbagai situs belanja online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase pengguna Shopee PayLater meningkat dari 34,8% pada tahun 2019 menjadi 78,4% pada tahun 2021 (n = 509), menjadikan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran terbaik.

Kemajuan dalam teknologi paylater membuat wanita berpenghasilan menjadi salah satu target pasar. Persentase pengeluaran gaya hidup responden kelompok wanita berpenghasilan adalah sebagai berikut: 10,8% untuk hiburan (nonton film, konser), 37,7% untuk perjalanan (tiket pesawat), 23,3% untuk nongkrong (pembelian F&B), 7,1% untuk internet (pembelian paket internet dan pulsa), dan 21,1% untuk belanja merek (Julita et al., 2022). Di sisi lain, inilah yang menyebabkan wanita berpenghasilan berperilaku seperti ini:



mereka seringkali tidak dapat mengabaikan keinginan untuk membeli barang-barang yang mereka anggap menarik, dan pada akhirnya, ini menghasilkan perilaku konsumtif.

Pembayaran menggunakan Shopee paylater adalah metode pembayaran cicilan atau angsuran, yang dalam hukum islam disebut bai'taqsih. Shopee paylater memberikan pengguna platform Shopee fasilitas pinjaman, yang dalam hukum islam disebut al-qard. Menurut Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang Al-Qardh, Al-Qardh adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (mustaridh) yang membutuhkannya (Saepul Alam, 2023). Hutang piutang dalam islam disebut qard. Qard merupakan akad tolong menolong dengan cara memberikan suatu harta kepada orang lain dan dikembalikan tanpa ada tambahan. Qard akad pinjaman uang atau modal dari seseorang yang diperuntukkan bagi pihak lainnya yang mana pinjaman itu dialokasikan untuk usaha atau menjalankan bisnis tertentu. Pihak penjamin diwajibkan membayar pinjaman sesuai dengan jumlah pinjamannya tanpa menghitung laba/rugi bisnis yang dikelola. (Saepul Alam, 2023)

Transaksi jual beli menggunakan Shopee PayLater, jika dianalisis dari perspektif hukum Islam terkait rukun-rukun akad, dapat dipahami sebagai Pertama, aspek Āqidain (pihak yang berakad) harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Dalam aplikasi Shopee, terdapat penjual dan pembeli yang harus merupakan individu dewasa dan berakal. Syarat untuk mendapatkan pinjaman Shopee PayLater mencakup kriteria WNI yang berusia minimal 17 tahun dan memiliki KTP. Transaksi ini harus dilakukan dengan keinginan bebas tanpa adanya unsur paksaan. Kedua, Ma'qūd alāih (objek akad atau barang yang diperjualbelikan) haruslah dapat menerima akibat hukumnya. Dalam konteks Shopee PayLater, objek akad merupakan barang yang dibeli dan diperoleh secara kredit. Penting bagi pembeli untuk membeli barang sesuai kebutuhan dan memahami konsekuensi dari kewajiban mencicil. Ketiga, Maudu' al- 'aqd (tujuan atau maksud pokok akad) adalah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli, dengan pembeli membayar secara mencicil kepada Shopee. Tujuan utama jual beli ini adalah untuk mendapatkan barang dengan membayar secara fleksibel melalui pembayaran secara mencicil melalui Shopee PayLater. Keempat, Sīghat al- 'aqd (Ijab dan Qabul) memiliki syarat-syarat tertentu. Ijab (penawaran) dan Qabul (penerimaan) harus dilakukan oleh pihak yang telah baligh dan berakal. Qabul harus sesuai dengan ijab untuk memastikan kesepakatan yang jelas. Keduanya juga harus dilakukan dalam satu majelis agar kesepakatan yang dicapai sesuai dengan prinsip keabsahan jual beli dalam Islam.

Konsumtif adalah perilaku yang disebabkan oleh keinginan yang telah mencapai tingkat yang tidak rasional. Pengertian ini sejalan dengan pandangan Lina dan Rosyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf kenginan yang berlebihan (Lina & Rosyid, 1997). 'Menurut Sumartono indikator perilaku konsumtif adalah membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya untuk mempertahankan simbol status, memakainya karena sesuai dengan model yang diiklankan, munculnya gagasan bahwa membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri, dan mencoba lebih dari satu produk dari jenis yang sama. (Astuti, 2013)

Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumtif dianggap israf, yang berarti berlebihan. Jika seseorang mengikuti ajaran agamanya dengan baik, mereka akan menghindari perilaku israf karena perilaku israf adalah sikap boros yang dilakukan dengan kesadaran untuk memenuhi nafsu semata-mata. (Muhammad Muflih, 2006). Ketaatan terhadap agama adalah bagian penting dari konsumsi karena merupakan ukuran duniawi yang memengaruhi perilaku, gaya hidup, dan keinginan. Kemudian, sifat israf diri manusia muncul, dan Allah SWT memberi batas kepada hambanya sesuatu untuk dikonsumsi. (Haroni, 2010). Di dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirmandalam Surah Al-Isra' ayat 26-27:

وَأَتَىٰ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.(26) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.(27).”

Dalam surah Al-Isra' di atas, Allah SWT telah mengatakan kepada semua orang bahwa mereka harus membelanjakan uang mereka sesuai dengan aturan Syara', tidak boros atau kikir. Inilah yang dimaksud dengan kesederhanaan dalam agama Islam. AllahSWT telah melarang sifat pemborosan, yaitu mengeluarkan harta yang berlebihan dalam hal yang mubah atau yang menyebabkan kerusakan, dalam ayat di atas.Orang yang berperilaku konsumtif selalu membeli sesuatu karena keinginan sesaat dan terkesan boros daripada karena kebutuhan pokok.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh penggunaan SPayLater terhadap perilaku konsumtif menurut pandangan islam. penelitian ini melalui kuesioner yang dibagikan dengan google form.. Penelitian ini dilakukan disalah satu perusahaan yaitu PT. Cipta Mandiri Wirasakti. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti. Tatapi, jika jumlah subjek besar dapat diambil 10-15% atau 20-25%. Dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 205 dari populasi sehingga sampel yang diteliti adalah 30 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik menggunakan alatbantu SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

No. Item	Sig	a0,05	Kesimpulan
1	0,807	0,349	Valid
2	0,697	0,349	Valid
3	0,775	0,349	Valid
4	0,864	0,349	Valid
5	0,659	0,349	Valid

Berdasarkan tabel diatas maka item pernyataan mengenai perilaku konsumtif yang dinyatakan variabel berjumlah 5 item sehingga instrument penelitian dapat mengukur variabel X penggunaan *Shopee Paylater*.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

No. Item	Sig	a0,05	Kesimpulan
1	0, 538	0,349	Valid
2	0,699	0,349	Valid
3	0,756	0,349	Valid
4	0,827	0,349	Valid
5	0,520	0,349	Valid

Berdasarkan tabel diatas maka item pernyataan mengenai perilaku konsumtif yang dinyatakan variabel berjumlah 5 item sehingga instrument penelitian dapat mengukur variabel Y perilaku konsumtif.

Uji Reliabilitas Dara

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's	Nilai	Keterangan
	Alpha	Kritik	
Penggunaan			
Shopee Paylater	0,815	0,60	Reliabel
(X)			
Perilaku			
Konsumtif	0,689	0,60	Reliabel
(Y)			

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60, maka instrument konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Artinya item penelitian ini dapat dikatakan reliable atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.33490376
Most Extreme Differences	Absolute	.193
	Positive	.193
	Negative	-.129
Test Statistic		.193
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari tabel diatas dilihat bahwa output SPSS diketahui bahwa nilai signifikasi Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,006 > 0.05. maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji nomalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linearitas Data

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Data

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.461 ^a	.212	.184	2.376
a. Predictors: (Constant), Pengguna_SPayLater				
b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif				

Tabel diatas menjelaskan besar nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0.461 dari output tersebut koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.212 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas (Penggunaan Shopee PayLater) terhadap variable terikat (Prilaku Konsumtif) adalah sebesar 21,2 %.

Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.522	1.923		.002
	Pengguna_SPayLater	.370	.135	.461	.010

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Berdasarkan tabel Koefisien yang diperoleh dari analisis Regresi, maka dapat disusun Persamaan Regresi Linier Sederhana sebagai berikut: Diketahui nilai Constant (a) sebesar 6,522, sedang nilai pengguna Spaylater (b/koefisien regresi) sebesar 0,370, sehingga persamaan regresi dapat ditulis: $Y = a + bX$ $Y = 6,522 + 0,370X$

Dari persamaan tersebut bahwa Konstanta sebesar 6,522 mengandung arti bahwa nilai konstanta variable konstanta adalah 6,522. Koefisien regresi X sebesar 0,370 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Spaylater, maka nilai Spaylater bertambah sebesar 0,370 Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar 0,010 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a yang menyatakan penggunaan ShopeepayLater berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti diterima. Sedangkan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh penggunaan Shopeepaylater (X) terhadap prilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti (Y).

KESIMPULAN

Penggunaan shopee paylater karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti terlihat belum lama, karena penggunaannya kurang dari 3 bulan, dan intensitas penggunaan cukup rendah yaitu kurang dari 3 kali selama bulan dan menghabiskan rata-rata Rp 50.000,00 – Rp 400.000,00 dalam sebulan bertransaksi menggunakan ShopeePayLater pada periode tersebut. Dari beberapa enis produk yang ada di Shopee, kategori yang sering dibeli menggunakanShopeePayLater adalah fashion & Kecantikan.



Perilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mnadiri Wirasakti adalah bersikap positif. Transaksi konsumtif yang dilakukan karena adanya pembelian tanpa pertimbangan, kemudahan yang diberikan dan manfaat yang mereka rasakan Semakin mudah dan banyaknya manfaat yang mereka rasakan maka akan semakin sering mereka melakukan transaksi, hal ini memicu munculnya sikap boros.

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar $0,010 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a yang menyatakan penggunaan ShopeepayLater berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti diterima. Sedangkan H_0 ditolak, berarti ada pengaruh penggunaan Shopeepaylater (X) terhadap prilaku konsumtif karyawan PT. Cipta Mandiri Wirasakti (Y).

DAFTAR PUSATAKA

- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Julita, E., Idwal,), Yustati, H., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Fatmawati, N., & Bengkulu, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS O F CONTROL PADA REMAJA PUTRI Lina. *Psikologika*, 2(4), 5–13. journal.uui.ac.id
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Saepul Alam, S. (2023). Dampak Riba Pada Bunga Pinjaman Online Terhadap Psikologis Masyarakat. *An Nuqud*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.51192/annuqud.v2i2.420>
- Salma Elysia, B., & Jufri Achmad, M. (2023). Analisis Akad Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Hukum Islam. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(1), 832–858. <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.219>
- Sitorus, E. S., Fitur, P., Paylater, S., & Konsumtif, P. (2022). *SKRIPSI Oleh : EVI SULASTRI SITORUS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN 2022 SKRIPSI Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Isipol Universitas Medan Area EVI SULASTRI SITORUS*.
- Sugiono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Duwi Priyatno, Panduan Praktik Olah Data menggunakan Spss,(Yogyakarta: andi, 2017).
- Sunyoto. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPSCenter for Academic Publishing Service. 2013 .