

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi yang ada mempermudah manusia dalam melakukan transaksi jual beli untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu bentuk kemajuan teknologi saat ini atas pemenuhan kebutuhan tersebut adalah dengan adanya transaksi jual beli *online* melalui *marketplace* dimana dalam bertransaksi penjual tidak lagi bertemu dengan pembeli secara langsung akan tetapi dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial tanpa harus bertemu langsung antara penjual dan pembeli. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempermudah manusia dalam melakukan transaksi jual beli. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah dengan adanya transaksi jual beli *online* melalui *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah media platform dimana penjual dapat berkumpul secara *online* untuk menjual barang dan jasa mereka dengan platform yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi *online*.

Perkembangan teknologi telah berkembang secara pesat, gaya hidup manusia pun ikut meningkat. Perbaikan gaya hidup ini pada akhirnya berdampak pada sikap masyarakat yang semakin mengikuti zaman dan boros. Masyarakat seringkali menaruh perhatian lebih kepada tren yang sedang beredar tanpa sepenuhnya mempertimbangkan keperluan serta preferensi yang sebenarnya. Fenomena budaya hedonis yang semakin meluas di kalangan masyarakat menimbulkan pertanyaan mengenai keseimbangan antara aspirasi sosial masyarakat dengan realitas kehidupan yang masih seringkali terabaikan (Asaff et al., 2019).

Setiap manusia tidak pernah terlepas untuk mengonsumsi, membelanjakan, atau mengurangi kegunaan suatu benda, baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia adalah melalui jual beli. Jual beli merupakan landasan pokok dalam memenuhi kebutuhan manusia yang semakin meningkat, sehingga dapat

menimbulkan keinginan setiap orang untuk selalu mencapai sesuatu agar kebutuhannya dapat terpenuhi.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut yang dapat dilakukan manusia adalah sesuatu yang bebas tanpa adanya batasan, Namun, kebebasan individu tidaklah sepenuhnya mutlak karena terdapat hukum yang mengatur dan beroperasi dalam kerangka yang telah ditetapkan oleh prinsip-prinsip yang diberikan oleh Allah SWT. Oleh karena itu, manusia dihadapkan pada tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan yang berlaku (Siregar, 2022).

Dalam bahasa Arab, aktivitas yang merujuk pada transaksi jual-beli dijelaskan melalui beberapa terminologi, antara lain al-bay'u, al-tijarah, atau al-mubadalah. Pada konteks ini, Al-Qur'an dalam Surah Fathir Ayat 29 menyatakan, "Mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan rugi", menyoroti pentingnya aspek perdagangan yang tidak merugikan. Konsep jual beli secara linguistik terdiri dari dua kata, yaitu "Jual" dan "Beli". Menariknya, kedua kata ini memiliki makna yang berlawanan; "Jual" menunjukkan aksi menjual, sementara "Beli" mencerminkan tindakan membeli (Islami et al., 2023).

Perkembangan dunia internet sudah tidak asing lagi sehingga banyak orang telah menggunakan layanan internet untuk kelancaran bisnis Jual beli. Karena Internet adalah media yang relatif populer dan efektif dalam periklanan komersial dan tidak ada batasan area pelanggan. Jadi sekarang para pengusaha seperti sedang bersaing membuat platform penjualan online atau biasa kita sebut dengan toko online (Sofiani & Nurhidayat, 2019). Dengan adanya sistem pembayaran non tunai secara kredit membuat seseorang khususnya masyarakat lebih mudah, cepat, aman dan nyaman dalam transaksi dengan menggunakan uang elektronik (E- money) sedang naik daun dan mempengaruhi perilaku masyarakat menjadi lebih konsumtif karena adanya kegiatan perdagangan menjadi lebih mudah.

Saat ini, transaksi internet telah mengalami metamorfosis menjadi pola konsumsi yang menonjol, karena belanja online menyediakan kenyamanan keputusan untuk berbelanja secara online bukanlah semata-mata sebagai pilihan

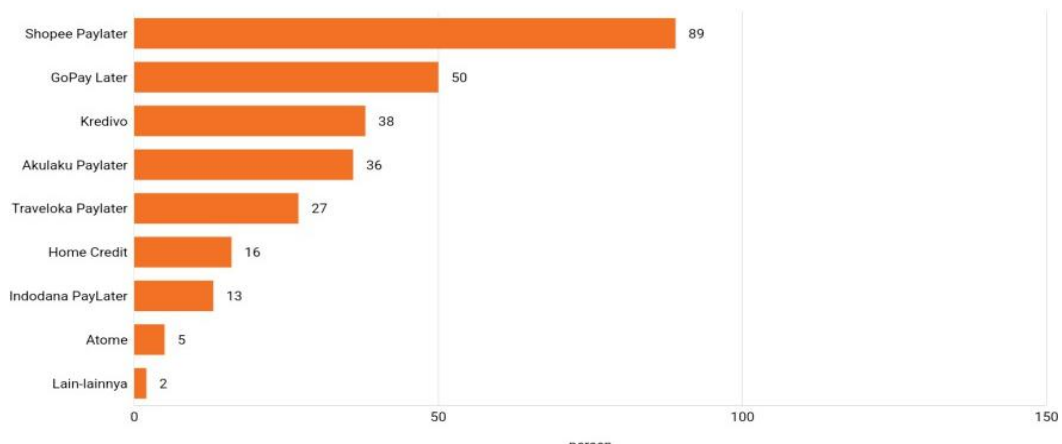
yang efisien, melainkan juga strategis. Berbelanja secara online dipandang lebih berfaedah daripada berbelanja secara langsung, mengingat berbelanja di dunia maya menghindarkan konsumen dari masalah kemacetan lalu lintas, keterbatasan tempat parkir, kerumunan manusia, dan juga batasan jam operasional toko. Seolah olah efisiensi dan kenyamanan ini akan membuat pembeli mengapresiasinya melakukan transaksi melalui internet untuk memperoleh barang diperlukan misalnya makanan, pakaian, buku, sepatu, produk perawatan kulit, kemasan, laptop, ponsel, jilbab, tas, dan lainnya (Cashman et al., 2007).

Semakin luasnya e-commerce di masyarakat menyebabkan munculnya kredit online. Bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah menyukai jual beli dengan sistem kredit. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pembelian suatu produk yang dibeli dengan kredit melalui internet banyak diperdebatkan oleh masyarakat luas, karena sistem ini memberikan layanan kredit tanpa kartu kredit. Transaksi perdagangan melalui sistem kredit adalah ketika seorang penjual menjual suatu produk, yang memiliki harga tertentu apabila dibayar secara langsung atau seketika, dan harga yang berbeda apabila dibayar dengan skema angsuran, sehingga membuat harga produk tersebut menjadi lebih tinggi daripada pembayaran seketika. Proses ini melibatkan pembagian pembayaran menjadi beberapa bagian yang berbeda. Konsep ini dikenal sebagai *Bai' at-taqsith*, yang secara harfiah berarti pemisahan atau pembagian yang berbeda (Hidayat, 2015).

Salah satu marketplace yang diminati oleh beragam kalangan, termasuk remaja dan dewasa, adalah aplikasi Shopee. Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile yang mempermudah penggunaanya dalam bertransaksi jual-beli secara langsung melalui perangkat seluler mereka. Dengan menyediakan beragam jenis produk, opsi pembayaran yang beragam, sistem pengiriman yang terintegrasi dan aman, serta fitur-fitur sosial yang inovatif, Shopee telah berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih mudah, aman, dan menghibur bagi para penggunaanya (Safitri, 2022).

Shopee didirikan pada tahun 2015, tersebar di tujuh wilayah yang berbeda

kemudian adalah pengguna kemudian harus membayar tagihan ke perusahaan aplikasi instrumen keuangan yang menggunakan dana yang dibutuhkan perusahaan itu. Pengguna memiliki pilihan untuk menggunakan keduanya, gunakan fitur bayar nanti akhirnya membayar di akhir batas waktu yang ditentukan.



Gambar 1. 2 Layanan paylater yang diketahui masyarakat (2023)

(Sumber: databoks,2023)

Menurut riset yang dilakukan oleh Populix dalam laporannya yang berjudul *Revealing the Financial Progress of Indonesia: Fintech Lending & Paylater Adoption* edisi Oktober 2023, disimpulkan bahwa layanan paylater yang menduduki peringkat tertinggi dalam kesadaran merek adalah Shopee PayLater. Merek ini dikenal oleh 89% dari jumlah responden, mengungguli pesaing-pesaingnya dalam kategori yang sama. Tidak hanya dikenal secara luas, namun Shopee PayLater juga menunjukkan angka penggunaan yang signifikan. Dari 45% responden yang pernah menggunakan layanan paylater, sebanyak 77% dari mereka mengindikasikan bahwa mereka telah memanfaatkan layanan dari Shopee PayLater.

Peningkatan penjualan online salah satunya disebabkan oleh berbagai metode pembayaran, terutama pada layanan Paylater yang telah tersedia. Perubahan tersebut berdampak pada perilaku dan gaya hidup konsumen yang baru-baru ini memasuki dunia perdagangan online. Berbelanja online yang semakin mudah digunakan oleh konsumen menguntungkan dan menjangkau produk. Masyarakat menjadi bagian dari kemajuan Shoopeepaylater, sehingga

dapat mengakibatkan adanya perubahan perilaku masyarakat terutama dalam hal berbelanja, dan menjadikan masyarakat memiliki perilaku yang konsumtif (Julita et al., 2022).

Perilaku konsumen merujuk pada rangkaian tindakan yang timbul dari kecenderungan berbelanja yang berlebihan, mudah terpicat oleh daya tarik suatu produk, kurang mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari pembelian tersebut, terlibat dalam kegiatan belanja yang berulang-ulang, serta cenderung menghabiskan uang dengan tidak efisien, sehingga mengadopsi belanja sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Fenomena ini mengindikasikan bahwa individu terkadang kesulitan mengendalikan keinginan dan dorongan untuk berbelanja, yang pada gilirannya dapat mengarah pada pengeluaran yang tidak terkendali. Meskipun demikian, perlu disadari bahwa masyarakat sering kali tidak menyadari konsekuensi negatif yang timbul akibat perilaku konsumen ini. Akar dari perilaku konsumen yang tidak terkendali ini dapat ditemukan dalam kurangnya kemampuan untuk mengatur hasrat dan godaan pembelian, yang pada akhirnya mencerminkan kesulitan dalam mengelola diri dengan efektif (Mujahidah, 2021).



Gambar 1. 3 Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Jambi Agama Islam
Sumber : Hasil data olahan dari Badan Pusat Statistik (BPS), 2024

Jumlah penduduk beragama Islam di Kota Jambi mengalami perubahan selama periode 2014 hingga 2022, seperti yang tercatat dalam data dari BPS. Pada tahun 2014, jumlahnya mencapai 481.483, meningkat menjadi 581.219

pada 2015, dan tetap stabil hingga 2018. Meskipun pada tahun 2019 dan 2022 jumlah penduduk Islam tidak mengalami perubahan signifikan, terjadi peningkatan kecil dari 518.219 menjadi 543.119. Data ini mencerminkan dinamika pertumbuhan penduduk beragama Islam di Kota Jambi selama periode tersebut, meskipun trennya tidak terlalu fluktuatif.

Dalam riset yang dilakukan oleh Julita (2022), ditemukan bahwa adanya korelasi yang berarti antara penggunaan Shopee

PayLater dan perilaku konsumtif yang mengalami pengaruh positif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aftika dkk (2022), yang juga menegaskan bahwa faktor penggunaan sistem pembayaran ShopeePayLater "bayar nanti" memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perlu dicatat bahwa praktek ini sesuai dengan ajaran Islam karena tidak melibatkan sistem pembayaran berdasarkan pinjaman dengan bunga, melainkan penambahan biaya jasa atau margin keuntungan pada saat checkout pada bulan berikutnya, yang diakui sebagai fee jasa atau margin jual beli, sehingga bersifat halal dalam konteks keuangan Islam.

Berbanding terbalik dengan investigasi yang dilaksanakan oleh Rahima & Cahyadi (2022) yang menegaskan absennya korelasi antara adopsi fitur ShopeePayLater dan kecenderungan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa beserta dampaknya yang signifikan. Kondisi ini termanifestasikan lantaran peningkatan pemanfaatan fitur Shopee Paylater masih tergolong baru dalam ranah metode transaksi belanja online.

Menurut survey Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Kota Jambi di Tahun 2022 ialah sebanyak 541.119 penduduk. Masyarakat menjadi bagian terpenting dalam mencapai target pasar dengan adanya fitur E-commerce yaitu jual beli secara online. Masyarakat yang hidup berdampingan dengan budaya konsumtif yang tinggi, sehingga mempengaruhi perilaku konsumen.

Berdasarkan adanya perbedaan hasil dari penelitian terdahulu dan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti apakah fitur Shoopeepaylater dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat muslim Kota Jambi dari sudut pandang Ekonomi Islam.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pengguna Shopeepaylater dikalangan masyarakat Muslim Kota Jambi?
2. Apakah Kemudahan Penggunaan Shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
3. Apakah Manfaat Penggunaan Shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
4. Apakah Kredibilitas Shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
5. Apakah Niat Berperilaku dalam Penggunaan Shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
6. Apakah Pengaruh Sosial Penggunaan Shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
7. Apakah Kemudahan, Manfaat, Kredibilitas, Niat Berperilaku, dan Pengaruh Sosial dalam Penggunaan Shopeepaylater berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi?
8. Bagaimana Shopeepaylater ditinjau dalam perspektif Ekonomi Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik pengguna Shopeepaylater dikalangan masyarakat Muslim Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui pengaruh Manfaat Penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kredibilitas Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.
5. Untuk mengetahui pengaruh Niat Berperilaku dalam Penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.

6. Untuk mengetahui pengaruh Sosial Penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.
7. Untuk mengetahui pengaruh simultan Kemudahan, Manfaat, Kredibilitas, Niat Berperilaku, dan Pengaruh Sosial dalam Penggunaan Shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif masyarakat Muslim Kota Jambi.
8. Untuk mengetahui Shopeepaylater ditinjau dalam perspektif Ekonomi Islam

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan segi kemajuan teknologi jual beli kredit *online*, menambah pengetahuan berpikir penulis dan keterampilan, serta memberikan sumbang pikiran dalam perspektif Ekonomi Islam

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi pikiran mengenai Shopeepaylater dalam perspektif Islam.