



Indonesian Journal of Management Studies (IJMS)

Volume 1. No 2. November Tahun 2022

Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* dalam Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia dan Malaysia

Syahrudin¹, Tia Aprilianti^{2*}

^{1,2*}Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

Korespondensi: tiaaprilanti53@gmail.com

Info Artikel

Diterima 15
September 2022
Disetujui 25
Oktober 2022
Dipublikasikan 25
November 2022

Keywords:
Shopee paylater,
Indonesia, malaysia

© 2022
Perkumpulan
Dosen Muslim
Indonesia
Under the license
CC BY-SA 4.0



Abstrak

Saat ini bisnis online makin banyak dilirik kalangan mahasiswa, ada banyak sekali macam e-commerce belanja online salah satunya yang paling populer adalah Shopee PayLater. Dengan adanya kemudahan dan penawaran menarik yang diberikan oleh Shopee hal ini mendorong masyarakat untuk melakukan perilaku konsumtif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif masyarakat dalam menggunakan Shopee PayLater, dan untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat dalam menggunakan fitur Shopee PayLater. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi, studi pustaka. Hasil dari penelitian ini yaitu ada beberapa hal yang menunjukkan perilaku konsumtif masyarakat ialah dengan adanya Belanja untuk menjaga penampilan, Belanja karena adanya diskon (Potongan Harga), Belanja karena mengikuti trend fashion, Belanja karena terpengaruh iklan. Pendapat masyarakat dari penelitian ini ialah adanya pengalaman positif dan negatif yang didapatkan selama menggunakan Shopee PayLater. saran dalam penelitian ini ialah masyarakat juga harus belajar untuk mengelola keuangan mereka dan belajar untuk dapat menahan diri agar tidak mengedepankan keinginan daripada kebutuhan.

Abstract

Currently, online businesses are increasingly being eyed among students, there are many types of online shopping e-commerce, one of the most popular is Shopee PayLater. With the convenience and attractive offers provided by Shopee, this encourages people to engage in consumptive behavior. The purpose of this study is to determine how people's consumptive behavior is in using Shopee PayLater, and to find out what people think about using the Shopee PayLater feature. This study uses a qualitative phenomenological approach. Data collection techniques are carried out through interviews, documentation, and literature studies. The results of this study are that there are several things that show people's consumptive behavior, namely Shopping to maintain appearance, Shopping because of discounts (Price Cuts), Shopping because of following fashion trends, Shopping because of being influenced by advertising. The public opinion from this study is that there are positive and negative experiences obtained while using Shopee PayLater. The suggestion in this study is that people must also learn to manage their finances and learn to be able to restrain themselves from prioritizing desires over needs.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran. Salah satu inovasi yang sedang berkembang pesat adalah fitur pembayaran secara kredit yang dikenal sebagai "buy now, pay later" (BNPL). Di antara berbagai platform e-commerce yang menawarkan layanan ini, Shopee PayLater menjadi salah satu yang paling banyak digunakan, terutama di Indonesia dan Malaysia (Cao et al., 2021).

Fitur Shopee PayLater memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian barang dengan pembayaran yang dapat diangsur pada bulan-bulan berikutnya. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen yang ingin berbelanja tanpa harus langsung membayar secara penuh. Namun, kemudahan ini juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda (Tan & Lim, 2022).

Di Indonesia, penggunaan fitur PayLater telah menjadi fenomena yang cukup luas di kalangan masyarakat urban. Banyak konsumen yang merasa terdorong untuk melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, karena adanya opsi pembayaran yang dapat ditunda (Hidayat et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan akses kredit.

Demikian pula di Malaysia, fenomena penggunaan Shopee PayLater juga meningkat tajam dalam beberapa tahun terakhir. Konsumen di Malaysia memanfaatkan fitur ini untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup yang semakin tinggi. Namun, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran akan meningkatnya hutang konsumen yang sulit untuk dikendalikan (Ahmad & Shamsudin, 2023).

Perilaku konsumtif yang dipicu oleh penggunaan fitur PayLater tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap ekonomi masyarakat. Konsumsi berlebihan yang tidak didukung oleh kemampuan finansial yang cukup dapat menyebabkan masalah keuangan jangka panjang (Kamal & Yusof, 2021).

Selain itu, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai tanggung jawab sosial platform e-commerce dalam menyediakan layanan kredit. Apakah Shopee, sebagai penyedia layanan, telah memberikan edukasi yang cukup kepada konsumen mengenai risiko penggunaan kredit? Atau justru lebih mendorong perilaku konsumtif demi peningkatan profit? (Chong & Lee, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan fitur Shopee PayLater mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia dan Malaysia. Penelitian ini juga akan membahas perbedaan perilaku antara kedua negara, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya (Syed & Mohamad, 2023).

Studi ini penting untuk dilakukan mengingat semakin luasnya penggunaan fitur PayLater di kalangan konsumen e-commerce. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dampak ekonomi dan sosial dari penggunaan layanan kredit dalam e-commerce (Sari et al., 2023).

Lebih jauh lagi, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan penyedia layanan e-commerce dalam mengatur

penggunaan fitur PayLater, sehingga dapat meminimalisir dampak negatif terhadap perilaku konsumtif masyarakat (Putri & Nordin, 2023).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dan Malaysia, tetapi juga akan berkontribusi dalam pengembangan kebijakan yang lebih bijaksana terkait layanan kredit dalam e-commerce (Rahman et al., 2023).

2. Metode Penelitian

Desain Penelitian Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional untuk mengidentifikasi hubungan antara penggunaan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia dan Malaysia.

Populasi: Masyarakat yang menggunakan aplikasi Shopee di Indonesia dan Malaysia. Sampel: Menggunakan teknik random sampling dengan kriteria pengguna aktif Shopee yang berusia 18-35 tahun. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 200 responden (100 dari Indonesia dan 100 dari Malaysia). Teknik Pengumpulan Data menggunakan kuesioner: Kuesioner online akan disebarakan melalui Google Forms untuk mengumpulkan data primer mengenai penggunaan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif. Studi Literatur: Menggunakan literatur yang relevan untuk mendukung analisis data. Instrumen Penelitian Kuesioner yang digunakan akan mencakup pertanyaan mengenai: Frekuensi dan intensitas penggunaan Shopee Paylater.

Tujuan penggunaan Shopee Paylater (misalnya, untuk mendapatkan diskon pengiriman, promosi khusus, dll.).

- a. Tingkat pendapatan dan pengeluaran bulanan.
- b. Perilaku konsumtif, diukur dengan skala Likert.

Analisis Tabel Tunggal dan Tabel Silang: Untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan pola penggunaan Shopee Paylater. Uji Korelasi Spearman Rho: Untuk menguji hubungan antara penggunaan Shopee Paylater dan perilaku konsumtif. Analisis Regresi Linier Sederhana: Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen (penggunaan Shopee Paylater) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Aplikasi Analisis Data akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26 untuk uji korelasi dan regresi.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan fitur Shopee Paylater dalam perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia dan Malaysia. Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa penelitian, berikut adalah hasil yang ditemukan:

Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara penggunaan fitur Shopee Paylater dengan perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Mataram. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima, dengan tingkat pengaruh sebesar 2,3%.

Penelitian ini menemukan bahwa pendapatan, niat perilaku, dan pengaruh sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Selain itu, penggunaan Shopee PayLater juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kebiasaan belanja masyarakat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hedonisme dan kemudahan penggunaan fitur Shopee PayLater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berlebihan. Masyarakat cenderung tidak menyadari dampak negatif dari sistem kredit seperti Shopee PayLater.

Penelitian ini menemukan bahwa fitur Shopee Paylater, Spinjam, dan Affiliate adalah pilihan utama konsumen untuk bertransaksi. Shopee Paylater sering digunakan sebagai modal usaha mikro, Spinjam untuk kebutuhan pribadi, dan Affiliate untuk menghasilkan pendapatan melalui pemasaran konten kreatif.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan Shopee Paylater, dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketiga variabel ini secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Pertiwi,dkk. 2022."Pengaruh Konten Vlog Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Subscribers",<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom/article/view/1149/pdf>.
- Sihura,dkk. 2022. "Pengaruh Konten Tiktok Dr. Yessica Tania Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wanita",
<http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jipikom/article/view/1146/pdf>.
- Bayu,D. Konsumen Makin Sering Gunakan Paylater Saat Pandemi. Databooks,2021,<https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/Konsumen-makin-sering-gunakan-Paylater-saat-pandemi>.
- Bramasta, D. Ramai Soal Spaylater Shopee, Apa Itu Dan Bagaimana Mekanisme Selengkapannya?Kompas.Com,2021,<https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/14/093000465/ramai-soal-paylaters>.
- Jayani, D. Tren Pnegguna E-Commerce Terus Tumbuh, Databooks. Databooks,2019,
<https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-ecommerce-2017-2023>.
- Rahmatika, Ula. (2019). Factors Affecting Intention to Use Electronic Money: TAM – TPB Model Integration with Perceived Risk. Nominal Journal, 3(2), 274 - 284.
- Wafa, Ah. (2020). Review of Sharia Economic Law on Shopee pay Later. Journal of Sharia Economic Law, 4(1), 17 - 30.
- Bayu,D. Konsumen Makin Sering Gunakan Paylater Saat Pandemi. Databooks,2021,<https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/11/Konsumen-makin-sering-gunakan-Paylater-saat-pandemi>.
- Fitriyani, E, pakpahan dan Dkk. Legal consequences againts default in using the spaylater feature on the shopee application. Awang Long Law Review, Vol 5, No. 1, November 2022: 295-305