

ANALISIS PEMANFAATAN SHOPEE PAYLATER SEBAGAI ALAT PINJAMAN ONLINE DI ERA PASCA PANDEMIC COVID-19

Monabila Magelo

e-mail: monabilamagelo30@gmail.com

Tessalonika Sinaga

e-mail: tessalonikachristi@gmail.com

Erwin Permana

e-mail: erwin.permana@univpancasila.ac.id

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta)

ABSTRAK : Perkembangan pesat dunia digital telah merambah berbagai sektor termasuk sektor keuangan dengan munculnya financial technology (fintech). Perkembangannya semakin pesat saat terjadi pandemi Covid-19, sehingga membentuk kebiasaan bertransaksi secara online. Dampak dari pergeseran kebiasaan berbelanja masyarakat dari tatap muka ke online disebabkan banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh peritel online. Konsumen juga semakin dimanjakan dengan berbagai model bisnis yang ditawarkan para pelaku bisnis. Salah satunya adalah pembayaran nanti yang ditawarkan oleh Shopee dengan merek Shopee Paylater. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan shopee paylater sebagai alat pinjaman online di era pasca pandemi Covid-19. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dengan mengamati berbagai pola belanja menggunakan shopee paylater. Kemudian disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat umum menggunakan fitur Shopee Paylater di Shopee agar tetap dapat berbelanja online dengan sistem “pay later”. Hal ini muncul sebagai salah satu bentuk kebiasaan belanja online yang terbentuk selama pandemi. Ada banyak fitur Paylater di aplikasi lain, namun Shopee Paylater menjadikan fitur ini lebih efektif dan efisien dari segi proses pembuatan akun hingga implementasinya. Adanya diskon, asuransi, voucher promo, cashback dan cicilan membuat Shopee Paylater menjadi keunggulan yang diminati konsumen. Fitur ini juga menjadi fitur paling terpercaya karena minimnya kesalahan yang terjadi dari pihak Shopee sendiri. Menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat karena banyak kelebihanannya dan menjadi sarana pinjaman online terbaik di masa pasca pandemi

Kata kunci – Online Loans, Post Pandemic, Shopee Paylater.

ABSTRACT : Rapid developments in the digital world have penetrated various sectors including the financial sector with the emergence of financial technology (fintech). Its development accelerated when the Covid-19 pandemic occurred, thus forming the habit of online transactions. The impact of shifting people's shopping habits from face-to-face to online is due to the many conveniences offered by online retailers. Even though the pandemic is now over, the habit of online shopping persists. Consumers are also increasingly spoiled by the various business models offered by business people. One of them is the later payment offered by Shopee with the Shopee Paylater brand. This study aims to analyze the use of shopee paylater as an online loan tool in the post-Covid-19 pandemic era. The research was conducted with a qualitative approach. The data was obtained through observing various shopping patterns using the shopee paylater. Then presented in a descriptive way. The results show that the general public uses the Shopee Paylater feature at Shopee so they can still shop online with a “pay later” system. This emerged as a form of online shopping habits that had been formed during the pandemic. There are many Paylater features in other applications, but Shopee Paylater makes this feature more effective and efficient in terms of the process of creating an account right up to its implementation. The existence of discounts, insurance, promo vouchers, cashback and installments makes Shopee Paylater an advantage that is of interest to consumers. This feature is also the most trusted feature because of the minimal errors that occur from

Shopee itself. It has become the most used application by the public because of its many advantages and is the best online loan tool in the post-pandemic period.

Keywords) – *Online Loans, Post Pandemic, Shopee Paylater*

PENDAHULUAN

Pada perkembangan dunia yang semakin lama semakin canggih terlebih lagi di era 4.0, tidak dapat di pungkiri bahwa perkembangan teknologi sudah menjadi kebutuhan masyarakat salah satunya adalah dengan munculnya Financial Technology (Fintech). Fintech adalah kesinambungan antara teknologi dan fitur keuangan yang menghasilkan bisnis dengan sentuhan teknologi dari konvensional menjadi modern (Lestari et al., 2020). Menurut Pribadiono et al., (2016), Fintech adalah fitur keuangan sebagai inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa jenis fintech diantaranya yaitu Peer to Peer Lending, Payment Gateway, Market Agregator, Clearing and Settlement. Dengan adanya berbagai jenis fintech tersebut akan mengubah cara mengelola transaksi keuangan dengan inovasi yang modern. Tidak hanya teknologi keungan saja yang memiliki kemudahan tetapi juga dengan keamanan penyimpanan uang, pengiriman uang hingga peminjaman uang (Tresnawati, 2021)

Shopee Paylater adalah salah satu model fintech yang digunakan di Indonesia. Shopee adalah bisnis yang menggunakan teknologi fintech Singapura dan didukung oleh SEA Group, yang dibuat oleh Forrest Li pada tahun 2009. Indonesia, Vietnam, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Taiwan kini menjadi bagian dari ekspansi global Shopee pada tahun 2015.

Pada tahun 2018, telah tercatat sebanyak 81 juta orang yang telah mendownload aplikasi tersebut. Aplikasi Shopee terus berkembang sehingga memiliki banyak fitur layanan, antara lain Shopee Paylater, dan Shopee Pay.

Shopee paylater merupakan salah satu fitur shopee yang banyak diminati oleh konsumen. Hal ini karena fitur menawarkan metode pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan membayarnya nanti.

Shopee Paylater merupakan bentuk kerjasama antara PT. Lentera Dana Nusantara dengan PT. Commerce Finance dimana Shopee Paylater sendiri sudah bersifat legal karena telah diawasi dan dinaungi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Shopee Paylater dapat digunakan oleh setiap pengguna yang memenuhi syarat yang telah ditentukan, dengan Shopee Paylater konsumen dapat melunasi cicilan selama 1-12 bulan kedepan dan juga terdapat beragam pilihan cicilan yang dapat memudahkan konsumen (<https://shopee.co.id/>).

Gaya hidup masyarakat berubah akibat fintech. Efektivitas dan efisiensi teknologi memiliki efek menguntungkan pada masyarakat secara keseluruhan. Dampak dari pergeseran kebiasaan belanja masyarakat dari tatap muka ke online dikarenakan banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh retailer online, namun tidak menutup kemungkinan masih banyak alasan masyarakat memilih untuk tidak berbelanja, online dikarenakan kemungkinan terjadinya penipuan karena tidak mampu langsung memeriksa barang sebelum melakukan pembelian (Fakri, 2016).

Shopee saat ini sering diakses oleh banyak orang karena menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari harga yang murah hingga harga yang mahal, dari kualitas yang rendah hingga kualitas yang terbaik, dan dari dalam negeri hingga luar negeri.

Kenyamanan menawarkan dana pinjaman kepada setiap pelanggan membuat fitur Shopee Paylater bermanfaat. Pelanggan yang menggunakan Shopee Paylater karenanya senang dengan layanan yang ditawarkan oleh Shopee, dan dapat menginspirasi pelanggan untuk tetap setia

melakukan pembelian. Kemudian, Shopee memberikan penawaran menarik untuk kesan yang menyenangkan, seperti promosi tanggal kembar. Sehingga konsumen dapat termotivasi untuk melakukan pembelian kembali.

Berdasarkan argumentasi diatas, penelitian dilakukan untuk mengkaji bagaimana Shopee Paylater digunakan sebagai alat pinjaman online melalui media digital untuk melakukan perubahan pascapandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Shopee Paylater dapat mendorong peningkatan pembelian setelah adanya wabah Covid-19. Penulis bercita-cita Shopee Paylater dapat membantu setiap konsumen dalam memulai bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Beli Konsumen

Minat beli adalah Suatu proses pembelajaran dengan tujuan membentuk persepsi di mata konsumen dapat menimbulkan minat beli, Ketika seorang pembeli memutuskan untuk melakukan pembelian, inisiatif yang diciptakan oleh niat beli konsumen berubah menjadi keinginan yang sangat kuat yang akan tersimpan secara permanen dalam ingatan para konsumen. (Kotler & Keller, 2009:137) Perilaku konsumen yang dikenal sebagai "minat beli" terwujud dalam reaksi terhadap produk yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Rizky & Yasin (2014) menegaskan bahwa minat yang berkembang pada minat pembeli seringkali bertentangan dengan situasi keuangan mereka. Minat pelanggan dalam melakukan pembelian selalu bersifat pribadi, dan tidak ada yang dapat memprediksi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi minat pengguna sistem pembayaran Paylater,

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu (Lidyawatie, 2008):

1. Perbedaan profesi, mengacu pada bagaimana antusiasme seseorang terhadap profesi yang ingin digelutinya dapat mengungkapkan adanya disparitas dalam profesi orang tersebut.
2. Disparitas dalam keadaan sosial ekonomi, sehingga seseorang dengan status sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai tujuannya dibandingkan dengan seseorang dengan posisi sosial ekonomi rendah.
3. Kesenjangan minat, atau aktivitas yang dilakukan seseorang selama waktu luangnya.
4. Perbedaan usia, yang mengacu pada perbedaan minat dari anak-anak hingga orang dewasa.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009) sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen melalui banyak tahapan pengambilan keputusan, Hal ini menunjukkan bahwa dorongan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa melalui alternatif yang telah dipertimbangkan secara matang di masa lalu dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen yang berkaitan dengan proses pembelian Iswara (2016). (2016). Selain itu, pembelian online dikaitkan dengan ciri vendor dan pelanggan, ciri layanan atau barang yang ditawarkan, situs web, sikap dan niat, dan pilihan pembelian, menurut Zhang dan Li (2002).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsekuensial mengacu pada aktivitas apa pun, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum tindakan, yang terkait langsung dengan mendapatkan, menggunakan, atau membelanjakan uang untuk barang atau jasa Setiadi (2019) Oleh karena itu, untuk mempertahankan minat pelanggan, setiap bisnis perlu memahami perilaku konsumen.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Budaya (Termasuk budaya, subkultur, dan kelas sosial)
2. Perorangan (Meliputi umur, jenis pekerjaan, keadaan ekonomi, dan ga-ya hidup)
3. Psikiatri (Termasuk motivasi konsumen, persepsi informasi, proses pembelajaran dan sikap) (Setiadi, 2019)

Diskon

Menurut Tjiptono (2007) potongan harga adalah sejumlah uang yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai imbalan atas kinerja yang disetujui dari suatu tindakan. Oleh karena itu, menawarkan diskon adalah salah satu strategi yang digunakan untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang dijual.

Dalam Fauzi (2018) membagi jenis-jenis diskon sebagai berikut :

1. Diskon Tunai: Penurunan harga bagi pelanggan yang langsung membayar tagihan secara penuh.
2. Diskon Kuantitas: Penghematan biaya untuk pembelian besar.
3. Diskon Fungsional: Produsen memberikan diskon khusus kepada anggota saluran distribusi ketika mereka melakukan tugas tertentu seperti menjual, menyimpan, dan merekam.
4. Diskon Musiman: Penghematan biaya bagi pelanggan yang membeli barang atau jasa di luar musim normal.

Angsuran

Angsuran adalah pembayaran yang dilakukan secara bertahap atau tidak sekaligus, seperti angsuran kredit dan pembayaran lainnya Mulyadi (2005; 225).

Peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa angsuran adalah pembayaran kredit atau cicilan sebagai pembayaran cicilan yang besarnya telah ditentukan oleh besar kecilnya cicilan yang harus dibayar, yang bergantung pada lamanya jangka waktu cicilan, berdasarkan pengertian tentang cicilan yang diberikan di atas.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. metode kualitatif berunjuk pada filsafat yang bertujuan untuk meneliti kondisi ilmiah yang menekankan pada makna dalam proses pengumpulan datanya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan metode data deskriptif. Metode pendekatan deskriptif MERUPAKAN METODE YANG BAIK dalam mempelajari manusia, objek, dan kondisi, (Sukmadinata, 2017:72).

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah tujuan tertentu untuk menemukan data yang berasal dari sumber-sumber asli (Kuncoro, 2009). Sedangkan data sekunder merupakan data yang diolah dan disajikan baik oleh pihak pengumpul atau pihak lain (Husein Umar, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi terhadap perilaku konsumen di shopee paylater. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui penelusuran diberbagai situs resmi populer serta publikasi hasil penelitian ilmiah sebelumnya.

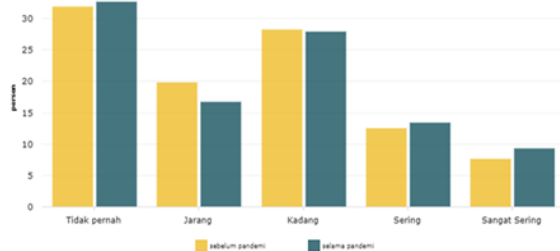
PEMBAHASAN

Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi adalah penyedia jasa keuangan yang menghubungkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dalam rangka mengadakan perjanjian pinjaman dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan internet. Hal itu sesuai pasal 1 angka (3) UU Keuangan. peraturan

otoritas jasa (PJOK) No. 77/PJOK.1/206 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (Fuadi, 2019).

Keunggulan Shopee Paylater terhadap Fintech yang lain

Keunggulan Shopee Paylater terhadap Fintech yang lain Keunggulan yang didapat dalam penggunaan Shopee Paylater karena aplikasi ini memberikan keamanan dan kenyamanan untuk konsumen. Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) mendapatkan hasil riset bahwa masyarakat cenderung menggunakan fasilitas “bayar nanti” yang digunakan dalam mengelola pengeluaran.



Gambar 1.1

Intesitas Penggunaan PayLater Sebelum dan Setelah Pandemi

Sumber : <https://bit.ly/3kSvE60>

Dalam hasil survey Dailysocial pada Desember 2021, Shopee Paylater menjadi layanan “bayar nanti” yang paling banyak digunakan masyarakat sebelum dan sesudah pandemi. Fitur dalam Shopee Paylater menempati persentase pertama penggunaan layanan paylater (Databoks, 2022). Yang menjadikan Shopee Paylater sebagai layanan terbanyak karena memberikan layanan yang menguntungkan bagi konsumen. Seperti adanya diskon, asuransi, voucher promo, cashback dan cicilan yang sesuai kemauan dan kebutuhan konsumen. Pendaftaran Shopee PayLater lebih mudah dan praktis jika dibandingkan dengan kartu kredit. Proses pengajuan kartu kredit membutuhkan waktu yang relative lama dikarenakan pengguna harus pergi ke kantor bank yang dipilih secara langsung dan dokumen pengajuan yang disyaratkan juga lebih banyak daripada Shopee PayLater. Sedangkan proses pengajuan permohonan Shopee PayLater memerlukan dokumen identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), pendektesi wajah untuk kecocokan dengan kartu identitas dan dilanjutkan proses know your customer (KYC).

Teknik Penggunaan Shopee Paylater

Setiap pengguna media digital Shopee dapat menggunakan Shopee Paylater untuk berbelanja dengan system cicilan. Jika pengguna menggunakan layanan ini pastinya harus membayar angsuran sesuai dengan batas waktu yang ditentukan.

Paylater adalah suatu pengganti metode pembayaran yang menggunakan system cicilan secara online yang tidak memerlukan kartu kredit. Banyak platform media digital sekarang ini yang mengangkat teknologi cicilan tanpa kartu kredit (Quiserto 2019) pada tahun 2020 Shopee Paylater sudah dapat dinikmati oleh masyarakat melalui beberapa platform digital toko online.

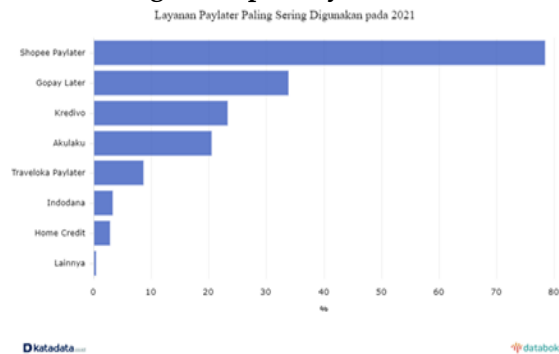
Cara pembayaran Shopee Paylater :

1. Buka aplikasi Shopee
2. Pilih menu Shopee Paylater
3. Pilih tagihan bulan ini
4. Pilih bayar sekarang

5. Pilih metode pembayaran
6. Klik konfirmasi
7. Pilih bayar sekarang

Jika pembayaran sudah berhasil terverifikasi maka pengguna akan mendapat notifikasi dari bagian keuangan bahwa pembayarannya telah diterima.

Perkembangan Shopee Paylater



Gambar 1.2

Layanan Paylater Paling Sering Digunakan

Sumber : <https://bit.ly/41OxLYK>

Berdasarkan gambar di atas, ShopeePay merupakan layanan Paylater yang paling banyak digunakan sejak pandemi Covid-19. Hal ini terlihat pada tingkat statistik pengguna Shopee Paylater yang berada di urutan pertama dengan 78,4%, dibanding-kan dengan pengguna Gopay Later yang berada di urutan kedua dengan 33,8%. Aku-laku berada di posisi kedua dengan 20,4%, diikuti Kredivo di posisi ketiga dengan perolehan 23,2%. Mengenai Traveloka Paylater telah mengakuisisi 8,6% perusahaan, Indodana 3,3%, Home Credit 2,8%, dan 0,4% Layanan Paylater lainnya.

Dari data yang sudah ditunjukkan dan dijelaskan diatas, penelitian ini difokus-kan pada dompet digital ShopeePay. Hal ini dikarenakan menurut data 2021, men-jadikan ShopeePay merupakan alat pinjaman online yang sering digunakan. Dalam fitur yang berada di Shopee, Shopee PayLater merupakan salah satu fitur yang paling diminati. Karena adanya keunggulan dan keuntunga yang membuat konsumen ingin memakai fitur Shopee PayLater.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap Shopee PayLater sangat tinggi yang berpengaruh positif terhadap keputusan kon-sumen untuk memakai fitur Shopee Paylater.

Perkembangan Shopee Paylater pun tidak mudah. Fitur ini sudah ada saat ta-hun 2019, tetapi masih dalam proses dan belum diperkenalkan secara resmi. Sebelum masa pandemi covid-19, konsumen belum terlalu tertarik dengan Shopee Paylater ka-rena lebih tertarik dengan fitur ShopeePay. Saat masa pasca pandemi, masyarakat mu-lai tertarik dan menggunakan fitur tersebut. Karena saat masa pandemi masyarakat mengalami penurunan pendapatan yang membuat mereka tertarik memakai fitur Sho-pee Paylater, yang memberikan efek saat masa pasca pandemi konsumen masih me-makai Shopee Paylater. Hal ini karena kebiasaan berbelanja dengan bayar kemudian tersebut sudah terbentuk dimasyarakat. Meskipun kondisi perekonomian rumah tangga konsumen sudah lebih baik di era pasca pandemic.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai penerapan Shopee Paylater di masa pasca pandemic ini, dapat disimpulkan bahwa masyarakat masyarakat memakai fitur Shopee Paylater di Shopee agar tetap dapat berbelanja online dengan sistem "bayar nanti". Hal tersebut muncul sebagai bentuk kebiasaan berbelanja online yang sudah terbentuk pada saat pandemic. Meski saat ini pandemic sudah berakhir namun kebiasaan bertransaksi online tidak menunjukkan trend penurunan. Munculnya Shopee Paylater menjadikan salah satu model *fintech* yang banyak digunakan di Indonesia. Banyak fitur Paylater dalam aplikasi lain, namun Shopee Paylater membuat fitur ini jadi lebih efektif dan efisien dalam hal proses membuat akun sampai ke penerapannya. Adanya diskon, asuransi, voucher promo, cashback dan cicilan menjadikan keunggulan Shopee Paylater yang menjadi minat bagi konsumen. Fitur ini pun menjadi fitur paling terpecaya karena minimnya kesalahan yang terjadi dari pihak Shopee sendiri. Menjadi aplikasi terbanyak yang digunakan oleh masyarakat karena banyak keunggulan dan menjadi alat pinjaman online terbaik di masa pasca pandemic.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakri (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Iswara, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Per-sepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1), 1-217
- Kotler & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gate-way terhadap kinerja keuangan
- Li, N. and Zhang, P. (2002). "Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research".
- Lidyawatie. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Mulyadi, 2005. Akuntansi Biaya. Edisi kelima. Yogyakarta : UPPAMP YKPN Uni-versitas Gajah Mada.
- Pribadiono, Hukum, Asa, & Barat (2016). Pengertian Finansial teknologi (Fintech).
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ma-najemen & Bisnis*, 14(02).
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsume: Perspektif Konteporer Pada Motif,Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Cv Alfabeta.
- Sukmadinata, (2017). Metode Penelitian Pendidikan Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Edisi II. Andi.