

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan era digital dari tahun ke tahun sangatlah pesat dan hampir seluruh manusia sudah memerlukan digital untuk membantu kegiatannya. Peran dari internet untuk mengakses informasi dan komunikasi sangatlah besar. Dengan adanya internet masyarakat akan dimudahkan, karena semuanya menjadi lebih cepat dan efisien. Di era sekarang ini masyarakat menginginkan segala sesuatu berjalan efisien dimana tidak membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan segala hal. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pegawai kantor yang mengerjakan pekerjaannya bukan di dalam kantor melainkan di tempat mana pun, baik di rumah, cafe, restoran, dan sebagainya yang bisa terakses dengan internet.

Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12%. Hasilnya menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet persen (Pratomo, 2019 diakses pada tanggal 20 Oktober 2020 pukul 15.30 WIB). Menurut data yang dilansir oleh *Boston Consulting Group* (BCG), prediksi populasi MAC (*Middle- Class and Affluent Customer*) Indonesia di tahun 2020 adalah sebesar 141 juta orang atau 64 persen dari total populasi Indonesia saat ini (Ulinuha, 2017).

Peningkatan pengguna digital terjadi hampir di seluruh dunia, maka tak

heran banyak produk-produk atau jasa yang muncul dalam internet. Munculnya *Financial Technology* atau lebih dikenal dengan istilah Fintech yang menjadi inovasi terbaru masa kini dalam kemajuan teknologi digital atau internet. *Financial technology* diharapkan mampu mempermudah masyarakat guna melakukan segala transaksi. *Financial Technology* adalah aplikasi teknologi digital yang dipergunakan untuk memberikan solusi bagi permasalahan keuangan masyarakat.

Peralihan dari pembayaran tunai atau *cash* ke pembayaran non tunai atau *cashless* awalnya diinisiasi oleh Peraturan Bank Indonesia (PBI No. 11/12/PBI/2009) tentang uang elektronik pada tahun 2009. Kemudian gagasan transaksi non tunai kembali diperkuat dengan dicanangkannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia pada tahun 2014.

Dapat dilihat dari data (OJK, 2020 diakses pada tanggal 20 Oktober 2020 pukul 15.45 WIB), data yang tercatat sampai dengan 30 April 2020, total jumlah penyelenggara *financial technology* terdaftar dan berizin adalah sebanyak 161 perusahaan. OJK menghimbau masyarakat untuk menggunakan jasa penyelenggaraan *financial technology peer to peer lending* yang sudah terdaftar/berizin dari OJK. Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, prospek industri *financial technology syariah* di Indonesia tampak sangat baik. Secara keseluruhan, *financial technology* di Indonesia memiliki potensi besar karena dapat memberikan solusi untuk kebutuhan mendesak yang tidak mampu disediakan oleh lembaga keuangan tradisional.

Dalam menghadapi tingginya persaingan dunia *e-commerce* pada era saat ini dibutuhkan sebuah metode pembayaran yang dapat memudahkan pengguna

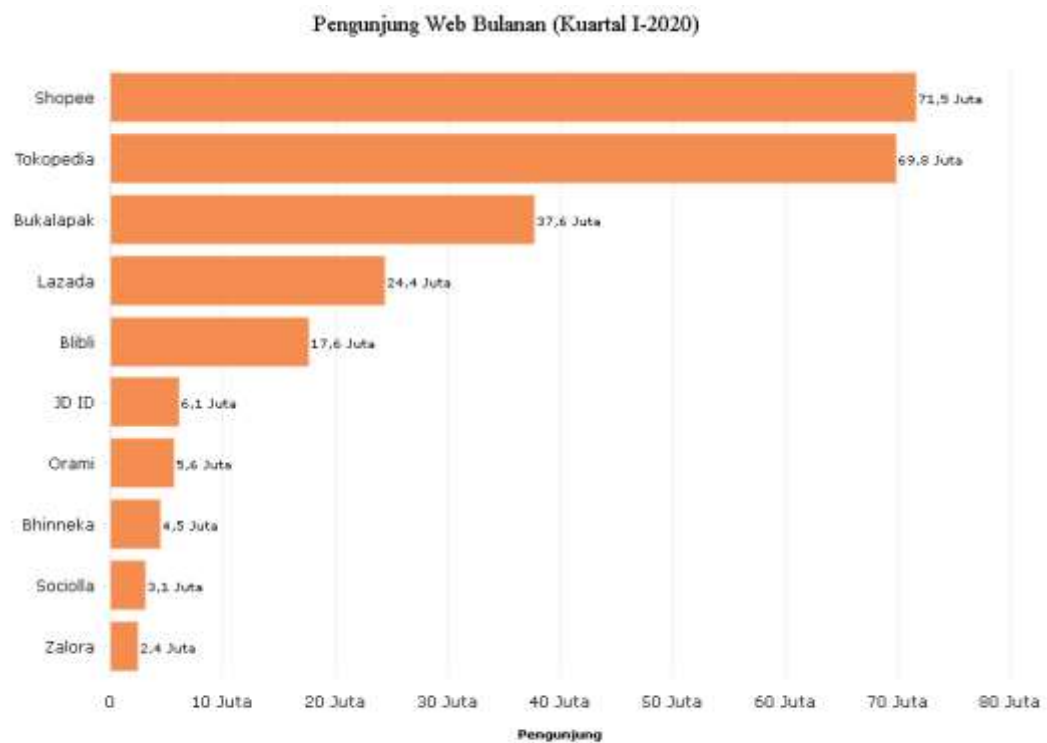
dalam melakukan transaksi pembayaran yaitu dengan *payment gateway*. *Payment gateway* adalah sebuah sistem penyedia layanan *e-commerce* yang bertindak sebagai jembatan antara situs web pedagang dan lembaga keuangan yang memproses transaksi secara online (Nisrina, Putra, & Hanggara, 2019).

Secara umum, *payment gateway* adalah layanan dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang menyediakan cara untuk mengirim informasi antara konsumen, pelaku usaha dan bank. Pada dasarnya, *payment gateway* bertindak seperti otorisasi kartu kredit yang terdapat pada laman website *e-commerce*. Ketika pembeli mengirimkan informasi kartu kredit, informasi tersebut dienkripsi dan dikirim melalui *payment gateway* yang akan diteruskan kepada bank sesuai dengan yang dimiliki oleh pembeli (Rosul, 2019).

Keunggulan dari produk ini yaitu efisiensi waktu, dan banyak mendapatkan *cashback* atau *discount* yang tentunya menarik minat pengguna. Hanya dengan *download* aplikasi di *handphone* dan mengisi saldo dalam *payment gateway* tersebut, pelanggan sudah bisa menikmati jasa layanan yang ditawarkan. Besarnya populasi pengguna media sosial dan transaksi belanja *e-commerce* di Indonesia yang diprediksi pada tahun 2020 akan mencapai 130 miliar dollar AS membuat banyak pihak menggelontorkan dana triliunan rupiah untuk mempermudah pengalaman mereka berbelanja secara *offline* dan *online* (Ulinuha, 2017).

Shopee menjadi *e-commerce* dengan pengunjung situs bulanan terbesar di Indonesia. Data iPrice menunjukkan, *marketplace* ini mendapatkan sebanyak 71,5 juta kunjungan selama kuartal I-2020. Tokopedia dan Bukalapak menempati

urutan selanjutnya dengan masing-masing sebanyak 69,8 juta dan 37,6 juta.



Gambar 1.1 Pengunjung Web Bulanan (Kuartal I-2020)

Sumber : (databoks.katadata.co.id, 2020 diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 12.10 WIB).

Shopee ialah platform belanja berbasis online yang menyediakan beragam macam produk penjualan mulai dari elektronik, perlengkapan rumah tangga, pakaian, aksesoris hingga *fashion*. Selain menyediakan berbagai macam produk, keunggulan lain dari Shopee yakni pembeli dapat mengembalikan barang atau dana apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan. Pengguna juga dapat menemukan barang dengan mudah pada kolom pencarian hanya dengan memasukan gambar barang yang sedang dicari (Meidita, Suprpto,

& Rokhmawati, 2018). Adapun ShopeePay merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alternatif metode pembayaran di platform Shopee dan untuk menampung pengembalian dana (Shopee, 2020 diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 11.35 WIB).

Sedangkan OVO adalah aplikasi *smart* yang memberikan penggunanya kemudahan dalam bertransaksi (OVO *cash*) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan point di banyak tempat (OVO *points*). Poin OVO dapat ditukarkan ke dalam bentuk uang (1 OVO *Point* = Rp. 1) (OVO, 2017 diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 08.00 WIB). Sistem cashback yang dimiliki OVO dan ShopeePay membuat para pengguna loyal yang menjadikan *Payment Gateway* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Adanya sistem *Payment gateway* tersebut, maka tak heran masyarakat di zaman sekarang berganti alih memakai *payment gateway* sebagai transaksi sehari-hari. Meningkatnya transaksi *cashless*, membuat milenial menjadi lebih mudah dalam membelanjakan uangnya karena generasi millennial tidak merasa mengeluarkan uang secara fisik. Inovasi layanan dan produk *financial technology* yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi para generasi millennial ini perlu diikuti dengan rasa tanggung jawab untuk menyeimbangkan hal tersebut. *Financial technology* perlu menjadi katalis bagi perilaku keuangan yang sehat.

Generasi Z adalah generasi yang paling unik dan generasi yang beragam dan canggih secara teknologi. Generasi ini memiliki cara komunikasi dan media sosial yang informal, individual, dan sangat lurus dalam kehidupan generasi ini. Generasi Z adalah generasi *Do-It-Yourself* (Singh & Dangmei, 2016)

Dalam berbelanja, kita seharusnya membeli barang-barang yang telah kita catat menurut kita akan dibutuhkan, akan tetapi terkadang kita juga membeli barang secara tidak terencana. Pembelian secara *online* dan langsung mempunyai pengaruh yang berbeda pada kepuasan perempuan dalam berbelanja. Menurut Fauzia (2016) perempuan dan *fashion* merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, keterlibatan perempuan pada *fashion* merupakan eksistensi diri sejauh mana mereka memenuhi trend yang sedang berlangsung.

Agama islam telah membolehkan umatnya untuk melakukan muamalah. Dalam surah Al-Furqan (25) : 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan (mereka itu) orang-orang yang apabila membelanjakan harta, mereka tidak sampai mengeluarkannya secara berlebihan, dan tidak pula kikir saat membelajakannya dalam perkara wajib baik untuk diri mereka sendiri ataupun orang lain, maka pembelanjaan itu tengah-tengah antara sikap berlebihan dan kikir.”

Ayat di atas menjelaskan kita sebagai umat muslim tidak dianjurkan membelajakan uang kita untuk sesuatu yang tidak penting atau hidup boros, dengan menabung dan berinvestasi akan berguna untuk masa yang akan datang.

Seiring perkembangan *financial technology* saat ini, maka kesesuaiannya dalam fikih muamalah harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah yakni terhindar dari Maysir, Gharar dan Riba. Melihat dari sisi Maqashid Syariahnya, pembelian barang haruslah secukupnya atau tidak boros dengan

menganalisis secara aspek *Daruriyat*, *Tahsiniyyat*, dan *Hajiyyat*. Sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Isra (17): 26-27 yang berbunyi:

وَأْتِ دَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“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.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai manusia diwajibkan untuk berbuat baik kepada orang-orang yang masih terkait hubungan kekerabatan dan memberi hak mereka dalam bentuk kebaikan dan bakti dan berilah orang miskin yang tidak memiliki sesuatu yang mencukupinya dan menutupi kebutuhannya, musafir yang terasingkan dari keluarga dan kehabisan bekal harta serta tidak membelanjakan harta yang dimiliki dalam urusan selain ketaatan kepada Allah atau secara berlebihan dan boros. Meskipun kegiatan tersebut menggunakan sistem teknologi maka prinsip-prinsip hukum Islam harus tetap dijalankan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku pembelian tidak terencana generasi Z dengan menggunakan *Payment Gateway* ?
2. Bagaimana analisis Maqashid Al-Syariah pada perilaku pembelian tidak terencana pada Generasi Z dengan menggunakan *Payment Gateway*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, peneliti memiliki

tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perilaku pembelian tidak terencana Generasi Z dengan menggunakan *Payment Gateway*
2. Untuk mengetahui analisis Maqashid Al-Syariah pada perilaku pembelian tidak terencana pada Generasi Z dengan menggunakan *Payment Gateway*

1.4 Manfaat Penelitian

Untuk tercapai tujuan penelitian tersebut, maka hasil penelitian yang diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan bagi peneliti mengenai perilaku pembelian tidak terencana generasi Z dalam penggunaan transaksi pembayaran yaitu *Payment Gateway* dalam Maqashid Al- Syariah.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil yang diperoleh bagi penelitian lain diharapkan memberikan wawasan dan menjadi sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi STIE Perbanas

Hasil yang diperoleh bagi STIE Perbanas yakni dapat menjadikan sumber referensi bagi mahasiswa lain terkait dengan Perilaku Gen Z dalam melakukan pembelian tidak terencana dalam *payment gateway* perspektif Maqashid Al-Syariah.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam pengerjaan penulisan skripsi secara garis besar bagian dalam beberapa bab yang berisi tentang pembelajaran dan penjelasan yang saling terkait satu dengan yang lain untuk memudahkan dalam penyusunan dan pemahaman mengenai penelitian sistematika penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pembahasan secara garis besar mengenai latar belakang masalah yang melandasi pemikiran atas penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika yang dapat digunakan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian sejenis yang terlebih dahulu dilakukan, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini meliputi rancangan yang diteliti, batasan penelitian, daftar pertanyaan informan dan teknik analisis serta triangulasi data.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum dari unit penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil pengujian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, yang berisi jawaban dari permasalahan yang diperoleh penulis dari hasil penelitian, dan saran yang juga ditunjukkan kepada pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

