

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, penggunaan pada teknologi berkembang sangat pesat dalam memenuhi kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi dan layanan elektronik (Ansori, 2019). Salah satu aspek yang terus berkembang adalah media baru bagian dari hasil perkembangan kemajuan teknologi untuk menggeser pola gaya hidup masyarakat yang kini beralih ke serba digital termasuk mengonsumsi informasi (Habibah & Irwansyah, 2021). Salah satu inovasi dibidang keuangan adalah hadirnya *financial technology* atau disebut dengan *fintech* (Zidan et al, 2024). Dengan adanya *fintech* masyarakat dapat menggunakan layanan keuangan yang berbasis teknologi tanpa harus menempuh jarak jauh untuk dapat layanan keuangan seperti dibank (Rahima & Cahyadi, 2022). *Fintech* juga akan menciptakan proses transaksi keuangan yang lebih modern yang dilakukan sejumlah perusahaan *fintech* dan *e-commerce*, termasuk terciptanya alternatif metode pembayaran online berbasis *Paylater* (Bayu & Sarah, 2020).

Salah satu penyediaan layanan *paylater* yaitu shopee yang dimana shopee merupakan platform jual beli online yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan handphone (Brink, 2022). Kecanggihan dalam teknologi tersebut membuat dampak yang sangat begitu signifikan terhadap keberlangsungan hidup dikalangan masyarakat yaitu masyarakat akan menjadi lebih konsumtif melalui kedatangan alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, tanpa adanya uang cash tersebut akan membentuk perilaku belanja yang *impulsif* dimana seseorang membeli produk tanpa direncanakan (Jati, 2015). Saat ini, *paylater* sangat populer di kalangan generasi milenial karena kemudahan penggunaan, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan keuangan dan tidak memiliki kartu kredit, dikarenakan persyaratannya yang cukup rumit, selain itu keinginan untuk meniru gaya hidup modern selalu meningkat, dan banyaknya promo dan cashback yang menarik (Prastiwi & Fitria, 2021).

Dalam reaksi terhadap fenomena ini, muncul berbagai fitur yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat *e-commerce* dalam berbelanja dan memudahkan bertransaksi tanpa harus menunggu tercukupinya dana, karena tersedia kredit digital dengan pembayaran nanti (Oktavia & Sarsono, 2024). Selain itu, fenomena ini sering terjadi pada kalangan masyarakat yang berperilaku konsumtif yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang semakin meingkat (Rachmadany et al, 2023)

Tabel 1. 1 Perbandingan jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia 2020-2023

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung E-commerce Indonesia				
		Shopee	TokoPedia	BukaLapak	Lazada	Blibli
1.	Kuartal 1 2020	71,5 juta	69,8 juta	37,6 juta	24,4 juta	17,6 juta
2.	Kuartal 2 2020	93,4 juta	86,1 juta	35,2 juta	22 juta	1,3 juta
3.	Kuartal 3 2020	96, 5 juta	85 juta	31,4 juta	22,6 juta	18,6 juta
4.	Kuartal 4 2020	129,3 juta	114,6 juta	38,5 juta	36,2 juta	22,4 juta
5.	Kuartal 1 2021	127,4 juta	135,1 juta	34,2 juta	30,5 juta	19,6 juta
6.	Kuartal 2 2021	127 juta	147,8 juta	29,5 juta	27,7 juta	18,4 juta
7.	Kuartal 3 2021	134,4 juta	158,1 juta	30,1 juta	27,9 juta	16,3 juta
8.	Kuartal 4 2021	138,7 juta	149,6 juta	25,8 juta	28,1 juta	15,6 juta
9.	Kuartal 1 2022	132,7 juta	157,2 juta	23,1 juta	24,7 juta	16,3 juta
10	Kuartal 2 2022	131,2 juta	158,3 juta	21,3 juta	26,6 juta	19,7 juta
11.	Kuartal 3 2022	134,4 juta	158,1 juta	30,1 juta	27,9 juta	16,3 juta
12	Kuartal 4 2022	179 juta	149,6 juta	29,8 juta	28,5 juta	17,5 juta
13.	Kuartal 1 2023	157,9 juta	117 juta	18,1 juta	83,2 juta	25,4 juta

Sumber databooks.katadata.co.id

Berdasarkan table 1.1 pada jumlah pengunjung Shopee menempati peringkat pertama dengan 71,5 juta perbulan pada kuartal pertama di tahun 2020. Pada jumlah pengunjung Shopee mengalami penurunan pada kuartal 1 tahun 2021 sebanyak

127,4 juta pengunjung kemudian menurun menjadi 132,7 juta pada kuartal 1 di tahun 2020. Menurut Muningsgar & Rahmadini (2022), pengunjung Shopee pada tahun 2021-2022 ada penurunan yang signifikan dalam jumlah pengunjung ke situs web *e-commerce* Shopee, yang jelas mempunyai masalah besar bagi bisnis *e-commerce*. Pada kuartal 1 di tahun 2023 Shopee meningkat yang dikunjungi dengan rata-rata 157,9 juta. Menurut Holiday et al (2023), meningkatnya shopee pada tahun 2023 salah satu kepraktisan berbelanja online yang lebih menghemat waktu dan tenaga menjadi hal yang menarik dan makin diminati.

Shopee aplikasi yang didedikasikan untuk transaksi atau jual beli online serta dapat menawarkan sistem *paylater* (Fauziah & Muslihat, 2022). Salah satu inovasi *fintech* yang berkembang di Indonesia adalah Shopee *PayLater* yang memudahkan orang yang ingin membeli barang dengan kredit. Shopee *PayLater* merupakan fasilitas kredit yang termasuk dalam jenis dengan istilah *fintech lending* atau disebut juga *fintech peer-to-peer lending* yaitu metode pembayaran dengan menggunakan sistem pinjaman secara online tanpa harus memiliki rekening bank (Permata & Haryanto, 2022). Dengan adanya Shopee *PayLater* layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang akan memungkinkan konsumen membayar transaksi dikemudian hari, baik dengan sekali bayar atau mencicil (Novendra & Aulianisa, 2020). Selain itu, shopee *paylater* juga terdaftar dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang akan memungkinkan data pelanggan aman (Sari et al, 2023).

Shopee *PayLater* juga sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tanpa harus membayar secara langsung (Amelia et al, 2023). Pada pinjaman ini hanya berlaku untuk membeli produk pada fitur Shopee *PayLater* yang memiliki tiga kategori cicilan, yaitu cicilan mulai dari 1 hingga 12 bulan, dengan bunga minimal 2,95% (Nurma, 2023). Biaya penanganan 1% setiap transaksi dan denda 5% dari total tagihan bulanan (Fadhila & Khairiyani, 2023). Jika pengguna melebihi batas waktu pembayaran, *PayLater* akan dikenakan denda dengan bunga yang lebih tinggi pasti akan merugikan pengguna jika membayar melebihi batas waktu maka sebaiknya pengguna harus dapat membayar tagihannya pada waktu yang telah dipilih (Fajrussalam et al., 2023).

Pengguna Shopee *PayLater* harus memenuhi beberapa persyaratan yaitu, mengirimkan informasi data pribadi, kemudian foto diri dan foto KTP (Ramadhani et al, 2023). Syarat lainnya yang dapat dipenuhi oleh pengguna yaitu harus mengisi formulir yang sudah disediakan secara online, serta kriteria yang dapat dalam pengajuan pinjaman Shopee *PayLater* harus melampirkan dokumen dokumen seperti e-KTP, NPWP dan dokumen bukti lainnya (Anggraeny & Setyo, 2021). Semua dokumen yang dilampirkan akan menunjukkan skoring kredit nasabah, skoring ini menentukan berapa banyak pinjaman yang dapat diterima pengguna (Maulida, 2021).

Menurut Pratika et al, (2021) Shopee *PayLater* mempunyai beberapa keuntungan yang termasuk dalam proses layanan yang cepat dan praktis, berbagai pilihan tenor pembayaran, dan banyak promo menarik. Selain keuntungan yang didapatkan dari layanan *Paylater*, Shopee *PayLater* juga memiliki beberapa resiko untuk pengguna, seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak didasari, tergantungnya pada pengelolaan keuangan, resiko pada BI *checking* yang akan timbul akibat penunggakan serta peretasan pada identitas pribadi (Lentera, 2023). Adapun beberapa resiko lainnya, seperti: pembayaran lebih untuk biaya tambahan dan juga bunga, menimbulkan hasrat berbelanja yang semakin tinggi, mengganggu pengelolaan keuangan yang sudah ada dan tersusun rapi, dapat menyebabkan pengguna *paylater* lebih dari satu, adanya resiko telat bayar dan tagihan denda serta menjerumuskan kepada kesulitan keuangan ke depannya (Pratiwi & Fitria, 2021).

Saat ini, konsumen dari generasi modern yang dikenal sebagai generasi milenial melihat perubahan gaya hidup yang signifikan (Dwiwansi et al., 2023). Generasi milenial atau disebut juga dengan generasi Y lahir antara tahun “1981-1996” saat ini berkisaran antara usia 24-39 tahun (Parhan et al, 2022). Generasi milenial sering menggunakan fitur Shopee *Paylater* yang memungkinkan mereka untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung (Wardani et al., 2024).

Tabel 1. 2 Jumlah pengguna Shopee Paylater setiap generasi Tahun 2023

No	Generasi	Tahun Usia	Jumlah Pengguna Shopee Paylater
1.	Generasi X	1965-1980	1,62 Juta
2.	Generasi Milenial	1981-1996	6,99 Juta
3.	Generasi Z	1997-2012	4,59 Juta

Sumber idScore.id

Berdasarkan table 1.2 pada data pengguna Shopee Paylater generasi milenial lebih mendominasi dibanding generasi Z, milenial mendominasi sebanyak 6,99 juta pengguna dari tahun 1981-1996. Karena generasi milenial lebih banyak menggunakan Shopee *Paylater* dibanding kartu kredit untuk melakukan transaksi secara lebih mudah (Ramadany, C., & Artadita, & S., 2022). Sementara pada generasi z pengguna Shopee *Paylater* mencapai 4,59 juta pengguna dari tahun 1997-2012. Selain itu, pada generasi x pengguna Shopee *Paylater* mencapai 1,62 juta pengguna dari tahun 1965-1980.

Pada generasi milenial, perilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee *Paylater* dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi untuk memenuhi gaya hidup seperti dalam membeli makanan, pakaian, make up, dan yang berkaitan mengenai penampilan, travelling dan lainnya (Mirati, 2022).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang mengkonsumsi barang secara berlebihan secara tidak terencana yang akan mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan (Ridwan, 2018). Dengan adanya perilaku konsumtif ini menjadi tidak terkontrol dan akan terbiasa untuk melakukan hutang ditambah ketika sudah memasuki tagihan yang jatuh tempo pembayaran akan menimbulkan bunga pinjaman yang akan semakin membengkak (Khairunnisa & Fajrussalam, 2022). Menurut Utami et al (2023) perilaku konsumtif secara langsung berpengaruh signifikan pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Selain itu, menurut Rahmawati (2022) perilaku konsumtif berpengaruh negatif pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Perilaku konsumtif mendapatkan kebiasaan mengkonsumsi melampaui batas tanpa berfikir panjang yang dimana orang akan menginginkan kesenangan dan kepuasan dari pada mereka yang butuhkan (Mayori

& Welda, 2022). Pada generasi milenial saat ini, perilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee *PayLater* yang dilihat dalam kebiasaannya pada pola konsumsi untuk memenuhi gaya hidup secara berlebihan (Rosyid & Lina, 2018).

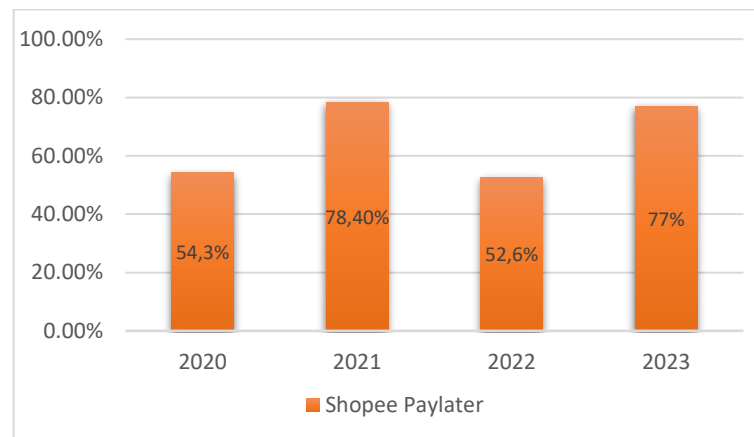
Keputusan pembelian kegiatan individu yang terlibat langsung dalam mendapatkan dan menggunakan produk yang ditawarkan (Ekawati & Kinara 2024). Menurut Ramadhan et al. (2024) keputusan pembelian secara langsung berpengaruh signifikan pada pengguna Shopee *Paylater*. Selain itu, menurut Purnamasari et al (2021) keputusan pembelian berpengaruh negatif pada pengguna Shopee *Paylater*. Dengan adanya keputusan pembelian salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli suatu barang atau produk yang akan ditawarkan oleh *e-commerce* atau *platform* tertentu (Diansyah & Putri, 2023). Pada generasi milenial saat ini keputusan pembelian sebagai aspek dari perilaku konsumen mengenai pengguna metode pinjaman online atau Shopee *PayLater* (Zahroh & Arief, 2023).

Literasi keuangan proses yang dimiliki untuk meningkatkan suatu pengetahuan, keyakinan serta keterampilan yang bisa berpengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang untuk dapat mengelola keuangannya dengan baik dan bijak (Hidayanti & Ariyantiningih, 2023). Menurut Rahmawati (2022) literasi keuangan secara langsung berpengaruh secara signifikan pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Dengan adanya literasi keuangan sangat penting untuk para generasi milenial yang dikenal dengan sifat konsumtifnya dan tidak mempunyai pengetahuan keuangan yang baik (Kusumawati, 2023). Selain itu, menurut Buchdadi & Kurnianti (2023) literasi keuangan berpengaruh negatif pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Dengan adanya literasi keuangan kegiatan individu yang dapat membantu seseorang untuk belajar banyak tentang keuangan, termasuk bagaimana mengelola uang, menabung, dan investasi, serta dapat membantu dalam mengelola keuangan (Putri et.al, 2022). Literasi keuangan membantu para generasi milenial saat ini mendapat manfaat dalam mengambil keputusan pengeluaran keuangan yang tepat, tetapi juga membantu mereka dalam perencanaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan dimasa depan dan

menggunakan produk baru yang akan muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi (Palimbong & Tangdialla, 2023).

Gaya hidup sikap seseorang terhadap suatu masalah yang sedang mereka pikirkan, yang sering dikaitkan dengan berbagai hal yang berkaitan dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu hal (Laksono & Iskandar, 2018). Menurut Carnado & Rahmayanti (2023), gaya hidup secara langsung berpengaruh pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Selain itu menurut Lestari & Haris (2024) gaya hidup berpengaruh negatif pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Dengan adanya gaya hidup yang mahal dan fasilitas kredit yang mudah para generasi milenial saat ini tumbuh dan berkembang dalam budaya hutang, hal ini disebabkan oleh kecenderungan seseorang untuk mencoba hal-hal baru terutama dalam hal barang dan jasa (Mien & Thao, 2015). Oleh karena itu, gaya hidup salah satu karakteristik hidup yang dapat diidentifikasi melalui aktivitas dan cara seseorang menghabiskan uang dan waktunya yang dapat dipikirkan seseorang tentang lingkungan dan pemikiran mereka tentang dunia luar dan diri mereka sendiri (Suharto, 2019).

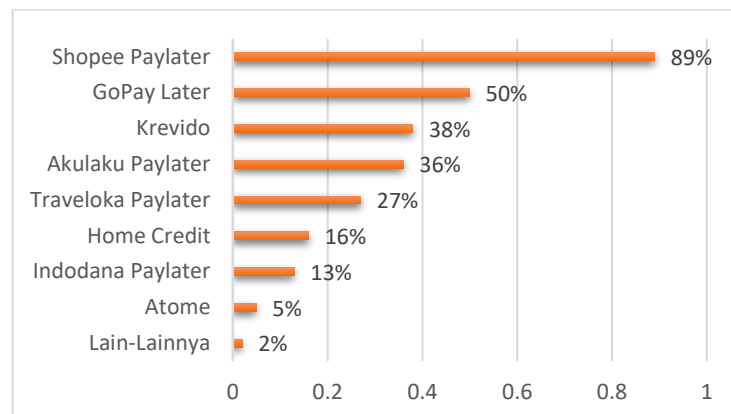
Lingkungan teman sebaya merupakan salah satu tempat bersosialisasi yang paling penting selain lingkungan keluarga, dimana para individu dapat belajar cara bertahan hidup di kalangan masyarakat (Mahrunnisya & Wardani, 2018). Menurut Meisy (2024) lingkungan teman sebaya secara langsung berpengaruh signifikan pada pengguna Shopee *Paylater* generasi milenial. Selain itu, menurut Setiani et al, (2022), lingkungan teman sebaya berpengaruh negatif pada pengguna Shopee *Paylater*. Pada pengalaman pribadi dilingkungan teman sebaya juga berpengaruh dengan adanya pengalaman mereka menggunakan Shopee *PayLater* atau transaksi keuangan sebelumnya yang akan membentuk perspektif generasi milenial (Saputra, 2023). Dengan adanya lingkungan teman sebaya suatu keadaan dimana ada hubungan antara dua atau lebih dan pada perilaku satu anak yang akan mempengaruhi, mengubah, atau meningkatkan perilaku anak lainnya (Lufpitasari, 2021).



Gambar 1. 1 Pengguna Shopee Paylater diketahui di Indonesia Tahun 2020-2023

Sumber databooks.katadata.co.id

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada sejumlah riset yang telah membuktikan sepanjang tahun 2020-2023. Dikutip dari lansir dari laman databooks.id yang dilakukan oleh *Daily Social* pada tahun 2020, menjelaskan bahwa responden yang paling banyak menggunakan fitur *Paylater* adalah pada aplikasi Shopee dengan jumlah sebesar 54,3% (Lidwina, 2023). Sementara pada riset serupa yang dilakukan oleh RISED (*Research Institute of Socio-Economic Development*) pada tahun 2021 bahwa pengguna paling banyak yang menggunakan fitur *Paylater* berada pada aplikasi Shopee dengan jumlah sebesar 78,40% (Bayu, 2021). Sementara itu riset serupa yang dilakukan *Daily Social* pada tahun 2022 bahwa pengguna fitur *Paylater* berada pada aplikasi Shopee menurun dengan jumlah sebesar 52,6% (Annur, 2022). Selain itu riset *Populix* pada tahun 2023 mengalami kenaikan pengguna fitur *Paylater* berada pada aplikasi Shopee dengan jumlah sebesar 77% (Muhammad, 2023).



Gambar 1. 2 Merek Layanan Paylater yang diketahui Tahun 2023

Sumber databooks.katadata.co.id

Pada gambar 1.2 Berdasarkan laporan Populix bertajuk *Unveliling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption*, layanan paylater yang memiliki *brand awarness* tertinggi adalah *Shopee Paylater*. Merek tersebut diketahui oleh 89% responden paling banyak dibanding *paylater* lain. Dibandingkan platform lain seperti *GoPay Later* yang jumlahnya mencapai 50%, *krevido* 38%, *Akulaku Paylater* 36%, *Traveloka Paylater* 27%, *Home Credit* 13%, *Indodana Paylater* 16%, *Atome* 5%, dan lainnya 2%.

Mayoritas penggunaanya berasal dari pulau jawa 55%, dan didominasi oleh generasi milenial 63% dari kelas sosial atas 59% (Rini, 2023). Menurut Simatupang (2024) data di atas, fitur *Shopee Paylater* memiliki jumlah peminat tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa fitur paylater di platform *Shopee* sangat bermanfaat bagi pelanggan yang suka berbelanja online, karena sangat mudah dan efektif untuk penggunaanya.

Metode pembayaran *Paylater* ini memang menjadi salah satu kemudahan yang digemari generasi milenial yang bergantung pada teknologi digital, layanan ini sengaja dirancang untuk memudahkan pengguna yang terbiasa melakukan transaksi digital namun tidak melakukan pembayaran secara langsung (Fitriyah & Hotman, 2023). Dengan kehadirannya paylater yang memiliki hasil kolaborasi platform digital sebagai penyediaan layanan cicilan (Hamidah et al, 2024). Hal ini menjadi pilihan lain bagi masyarakat untuk tidak memiliki kartu kredit, karena proses dan

persyaratan pengajuan kartu kredit dibank umum tidak mudah dan akan memerlukan tahapan yang panjang (Prastiwi & Fitria, 2021).

Shopee *Paylater* menjadi salah satu alternatif pembayaran yang dilakukan generasi milenial, karena lebih mudah dan bisa membeli sesuatu secara langsung dan membayar dikemudian hari baik dalam jangka waktu satu bulan maupun beberapa bulan dengan bunga yang minim bahkan tidak ada bunga sepeser pun (Wardani et al, 2024). Pembelian yang menggunakan Shopee *Paylater* dari sudut pandang ekonomi syariah berpotensi mengandung riba, konsep riba yang diharamkan dalam islam dibandingkan dengan skema pembayaran Shopee *Paylater*, hal ini dikarenakan adanya bunga cicilan dan denda keterlambatan membayar setelah jatuh tempo (Saputri dan Safitri, 2024). Secara hukum, transaksi pembelian dengan Shopee *Paylater* dapat dikategorikan sebagai akad Qardh (pinjaman), dimana Shopee sebagai pembeli pinjaman (muqridh) dan pengguna sebagai peminjam (muqtaridh), hal ini bertentangan dengan prinsip qatdh syariah yang melarang adanya bunga pinjaman (Wati dan Ningsih, 2023). Syariat Islam telah melarang riba sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat (2) 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba),

mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya” (QS Al-Baqarah (2) 275).

Tafsir ayat diatas menurut Al-Jalalain : orang yang memakan riba akan berdiri seperti orang yang kerasukan setan karena kebingungan. Mereka mengatakan bahwa jual beli sama dengan riba, tetapi Allah telah membuat perbedaan di antara keduanya dengan menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Bagi mereka yang berhenti mengambil riba setelah larangan datang, mereka tidak akan dihukum atas apa yang telah mereka ambil sebelumnya, tetapi bagi yang melakukannya akan masuk neraka dan kekal di dalamnya.

Ayat ini menegaskan bahwa sangat relevan dengan adanya praktik keuangan yang dimana sistem perbankan dan kredit seringkali melibatkan bunga (riba). Islam mengajarkan bahwa semua transaksi keuangan harus adil dan tidak boleh merugikan pihak manapun, karena riba dianggap eksploitasi karena memanfaatkan kebutuhan orang lain untuk kepentingan pribadi.

Gaya hidup merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu gaya hidup yang meniru gaya orang asing yang memakai barang-barang mewah dari luar negeri yang dianggap dapat menaikkan status sosialnya, hal ini sering kali mendorong generasi milenial untuk mengambil pinjaman dengan bunga tinggi (riba) untuk memenuhi keinginannya tersebut (Rahmi et al, 2024). Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, dan sikap-sikap terhadap manusia (Zakiah, 2022). Gaya hidup yang dianjurkan oleh Rasulullah adalah gaya hidup yang bersahaja dan sederhana, yang dimaksud yaitu sederhana dalam bersikap, berpakaian, dan tidak berlebihan dalam membeli suatu produk serta jangan lupa unyuk menyisihkan sebagian harta yang dimiliki kepada kurang mampu (Fadilla, 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, Penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul yaitu **“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Keputusan Pembelian Pada Pengguna Transaksi Shopee PayLater”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, berikut adalah rumusan masalah untuk penelitian ini:

1. Apakah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater?
2. Apakah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater?
3. Apakah pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater?
4. Apakah pengaruh keputusan pembelian terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater?
5. Apakah pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
6. Apakah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
7. Apakah pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
8. Apakah literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
9. Apakah gaya hidup terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
10. Apakah lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater?
11. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater menurut sudut pandang islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater.
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater.
3. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater.
4. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap perilaku konsumtif pada pengguna transaksi shopee paylater.
5. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
6. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
7. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
8. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
9. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
10. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater.
11. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee paylater menurut sudut pandang islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan penelitian ini mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan referensi, melengkapi, dan menemukan alasan mengapa temuan penelitian ini mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee *paylater*. Penelitian ini juga diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dan penulis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini sebagai penelitian yang memiliki implikasi bahan pertimbangan mengenai literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif melalui Keputusan pembelian pada pengguna transaksi shopee *paylater*. Hasil ini diharapkan dapat memberikan perbandingan dan sumbangan pemikiran bagi kepentingan praktis lain dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran.