

## “Beli Sekarang Bayar Nanti”: Mahasiswi, Spay Later, dan Pandemi Covid-19

Nurwahyu Ilahi

Universitas Hasanuddin

Correspondence author: [nurwahyuilahi07@gmail.com](mailto:nurwahyuilahi07@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### **Keywords:**

*Covid-19, Female Students, Shopping, Shopee, and Shopee Pay Later*

#### **How to cite:**

Ilahi, N. (2022). “Beli Sekarang Bayar Nanti: Mahasiswi, Spay Later, dan Pandemi Covid-19”. *Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1):63-83.

### ABSTRACT

*At the time of the rise of Covid-19 in Indonesia, people had limitations in their activities, including shopping. With various policies issued by the government to limit the space for people to move in order to prevent the spread of the virus, this has made people, including female students, more stimulated to shop online. One of the e-commerce that was popular even before the Covid-19 pandemic was Shopee. Moreover, Shopee provided Shopee Pay Later (Spay Later) feature. While numbers of existing literatures deal with purchasing decision using quantitative approach and consumer legal protection, this article is focused on how female students interested in using Spay Later and how this impacted on their life.*

*This research was conducted between September 2021 and March 2022 through social media regarding the Shopee application, using a qualitative approach. There are 15 female students who participated in this research and who use Spay Later. Data was collected using in-depth interview and observation.*

*The study indicates that online shopping through Spay Later has increasingly stimulated because Shopee has a Spay Later feature that makes shopping easier during pandemi Covid-19. One of the Spay Later users who use this application a lot is female college students. They use Spay Later because of the convenience of shopping provided by Shopee, both in terms of shopping and payment methods. Discounted prices and postage are another reason why Spay Later is a shopping choice for female students. So even though they have no intention to shop, these offers stimulated them to shop. Shopping by using Spay Later is also an option because of the availability of various goods, anything is sold at Shopee, so shopping is like a “one stop shopping” without having to go anywhere and even if they do not have enough money to shop. It carries the slogan: “Buy Now Pay Later”. However, the use of Spay Later has impacted on its users, both positively and negatively. While the former includes save energy and time because they don't have to leave the house; the latter consists of the emergence of concerns and the tendency to behave consumptively. When the due date is approaching but they have not yet received remittances from their parents, the concerns are mounted because they not only have to pay the total price of the goods, but also pay arrears of 5% of the price of the goods. In addition, with the various conveniences provided by Shopee and Spay Later, shopping depends on the tip of the index finger, when a person cannot control herself, it will be very easy to get caught in consumerism. Therefore, female students must learn to manage their finances and learn to be able to refrain from prioritizing desires over needs.*

## 1. Pendahuluan

Sejak pandemi Covid-19 berbagai kebijakan dikeluarkan pemerintah untuk menekan penyebaran virus Corona di Indonesia, mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Ini memengaruhi kehidupan masyarakat karena berbagai kegiatan yang dilakukan serba dibatasi dan berubah dari berkegiatan secara langsung/tatap muka atau luar jaringan (*luring*) menjadi serba dalam jaringan (*daring*, *online*). Menurut Rakhmawati dkk. (2021:32-37), pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pola penggunaan *e-commerce* bagi masyarakat dalam sarana pemenuhan kebutuhan yang dapat dilihat peningkatannya pada kuartal pertama tahun 2020, bertepatan dengan awal kemunculan kasus pertama Covid-19 di Indonesia, dan terus meningkat pada kuartal kedua sebanyak 38% hingga sekarang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini menyebabkan terjadinya perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara signifikan yang berlangsung demikian cepat, membuat dunia menjadi tanpa batas, seperti kemajuan teknologi memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi serta akses internet menjadi mudah dan cepat, dimanapun dan kapanpun, bukan hanya sebagai hiburan, namun juga dijadikan sebagai salah satu media berbelanja, pembelajaran, pekerjaan dan banyak hal lainnya (Dermawan dan Akmal 2020:39).

Teknologi komunikasi dapat menyatukan orang-orang tanpa bertemu secara langsung dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam berbelanja. Berbelanja yang sebelumnya dilakukan dengan datang secara langsung ke toko kini memiliki metode alternatif, yakni secara *daring* (*online*). Survey global yang dilakukan oleh Nielsen *Online*, pada tahun 2009 mengindikasikan bahwa lebih dari 85% populasi dunia telah menggunakan internet dalam berbelanja *daring* (Sari 2015:18). Di Indonesia sendiri, menurut Wearsocial dan Hootsuite, persentasenya bahkan lebih tinggi, yakni 90%.<sup>1</sup>

Banyaknya penggunaan internet dalam berbelanja *daring* yang ditinjau melalui meningkatnya jumlah pengeluaran dalam berbelanja pada konsumen secara *daring* (23% pengeluaran pada tahun 2018). Hal ini memengaruhi pertumbuhan bisnis dan produk dalam meningkatkan penjualannya secara *daring* demi bersaing dengan produk lain serta bergabung dengan *e-commerce* dalam menjual produk mereka.<sup>2</sup> Menurut perusahaan konsultan manajemen McKinsey tahun 2018, faktor pendukung dalam pertumbuhan pesat sektor *e-commerce* di Indonesia, yaitu penetrasi *smartphone* dan internet yang terus meningkat, jumlah penduduk Indonesia yang besar dan daya beli meningkat di tengah pertumbuhan makro ekonomi yang kuat, dan populasi muda serta melek akan teknologi yang artinya mereka dengan cepat menyesuaikan diri dengan teknologi baru (Rakhmawati dkk. 2021:33).

Berbisnis dalam *e-commerce* merupakan perdagangan barang atau jasa dan sebagai sistem bisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik sebagai penghubung perusahaan, pembeli serta masyarakat dengan wujud transaksi elektronik serta pertukaran atau penjualan barang, jasa dan informasi melalui elektronik. Kemajuan pada teknologi bisnis *e-commerce* sudah banyak ditemui di internet dengan melihat banyaknya perusahaan-perusahaan *start-up* yang bermunculan di Indonesia, seperti Buka Lapak,

<sup>1</sup> <https://www.sirclo.com/blog/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>, diakses tanggal 11 Maret 2022.

<sup>2</sup> <https://www.sirclo.com/blog/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>, diakses tanggal 19 Oktober 2021.

Tokopedia, Lazada, Shopee, Blibli, Zalora dan masih banyak *marketplace* lainnya yang telah dirilis untuk berbelanja secara daring (Iswiyanti 2021:392).

Salah satu *e-commerce* jenis *marketplace* yang populer di Indonesia adalah aplikasi Shoppe. Aplikasi ini merupakan salah satu *marketplace* yang tersebar di dunia, Shopee merupakan elektronik komersial yang diluncurkan pada tahun 2015 di Singapura dan sejak itu Shopee memperluas jangkauannya ke berbagai negara, termasuk Indonesia (Istiqomah dkk. 2019:558). Di Indonesia, Shopee merupakan aplikasi belanja secara daring yang populer dengan fitur-fitur yang menarik perhatian konsumen.<sup>3</sup> Dengan berbagai *platform* toko jualan dan berbagai promosi menarik, ini membuat konsumen tergiur untuk berbelanja, bahkan cenderung membuat orang menjadi konsumtif, termasuk mahasiswi (baca, misalnya, Hardhika dan Huda 2021; Aristanti 2020; Damayanti dan Canggih 2021; Aria 2019). Shella (2020:67-68), misalnya, menyatakan banyak tawaran menarik yang diberikan Shopee, mulai dari metode pengiriman barang, potongan harga yang diberikan oleh toko, hingga promosi diskon besar-besaran yang selalu diselenggarakan oleh pihak Shopee sebagai strategi untuk menarik perhatian pembeli. Shopee yang merupakan media dalam berbelanja, yang baik elektronik maupun massa ini menempati posisi strategis dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium dalam menarik minat konsumen dalam membeli barang. Ini terjadi pada mahasiswi yang dikenal merupakan bagian dari remaja yang memiliki perilaku konsumtif pada dirinya yang dapat dimengerti bila dilihat dari sisi usia mahasiswi sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri mereka (Fitriyani dkk. 2013:57).

Perilaku konsumtif mahasiswi dapat dilihat dari seberapa banyak mereka menghabiskan uang jajan untuk memenuhi hasrat belanja mereka (Lisma dan Haryono 2016:41). Jika ditilik berdasarkan gender, maka hasil survei yang dilakukan oleh Marketers dengan Snapcart menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan menggunakan Shopee dalam berbelanja (77%) dibandingkan laki-laki (52%) (Afrianto dan Irwansyah 2021:21). Meskipun toko yang menyediakan perlengkapan untuk laki-laki juga tersedia (baca, misalnya, Hamsinar 2019:43; Canestren dan Saputri 2021).

Shopee telah mempermudah penggunaannya dalam pembelian, yakni proses bertransaksi dan pembayaran melalui Shopee Pay yang merupakan layanan pembayaran digital.<sup>4</sup> Shopee Pay ini merupakan dompet bagi pengguna dengan model uang elektronik, dan dengan adanya dompet digital yang ditawarkan Shopee, ini mempermudah bagi konsumen dalam bertransaksi di Shopee.

Selain digunakan dalam bertransaksi, Shopee Pay juga memiliki beberapa fitur lain yang dapat digunakan yakni, Top Up saldo (isi saldo Shopee Pay melalui transfer bank yang dapat dicek otomatis dengan proses verifikasi), transfer saldo (transfer ke sesama pengguna Shopee Pay atau ke rekening bank), minta dana, pembayaran menggunakan kode bayar (kode QR), *scan barcode*, dan juga dapat menarik saldo kembali ke rekening dengan catatan telah melakukan verifikasi identitas.<sup>5</sup> Selain fitur Shopee Pay yang dibuat oleh Shopee dalam pilihan pembayaran transaksi pembelian barang, Shopee juga mengeluarkan fitur yang sangat membantu orang dalam bertransaksi,

---

<sup>3</sup> <https://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-shopee-indonesia/>, diakses tanggal 18 Mei 2022.

<sup>4</sup> <https://finance.detik.com/fintech/d-5937784/cara-mengisi-saldo-shopeepay-lewat-hp-hingga-alfamart>, tanggal 20 Mei 2022.

<sup>5</sup> <https://money.kompas.com/read/2022/01/21/080000426/cara-mengaktifkan-shopeepay-dengan-mudah-bisa-langsung-dipakai?page=all#:~:text=Fitur%20ShopeePay,ShopeePay%20atau%20ke%20rekening%20bank>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

yakni Shopee Pay Later (disingkat Spay Later) yang sistem pembayarannya bukan *cash and carry*, melainkan dengan sistem “*Buy Now Pay Later*, sesuai kesepakatan awal antara Shopee dan konsumen (baca, misalnya, Putri dan Iriani 2020). Spay Later memiliki kelebihan untuk mempermudah pembayaran. Namun, Shopee tidak memiliki toleransi jika terjadi keterlambatan pembayaran.<sup>6</sup> Studi-studi lainnya yang terkait dengan Spay later melihat dari aspek hukum (Permata dkk. 2022 dan Salsabella 2020). Permata dkk. (2022) mempertanyakan perlindungan hukum terhadap konsumen jika terjadi sesuatu dalam bertransaksi yang merugikan konsumen; sebagaimana Salsabella (2020) mempertanyakan kejelasan akad berdasarkan hukum Islam dalam penggunaan Spay Later karena dianggap ada syarat yang tidak terpenuhi. Namun sejumlah studi, yang juga melihat dari sudut pandang ekonomi Islam, menunjukkan bahwa transaksi dengan metode pembayaran Spay Later relevan dengan ekonomi Islam dengan syarat-syarat tertentu yang telah disepakati bersama (Prastiwi dan Fitria 2021; Wafa 2020; Fitria 2017).

Artikel ini berfokus pada bagaimana mahasiswi tertarik untuk berbelanja menggunakan Spay Later dan bagaimana dampaknya terhadap kehidupan mereka yang menggunakan pembayaran Spay Later. Pembahasan pada artikel ini akan dibagi menjadi tiga bagian, yakni: bagian *pertama* membahas tentang Shopee dan Shopee Pay Later sebagai aplikasi berbelanja yang digunakan mahasiswi. Di bagian *kedua* pembahasan difokuskan pada alasan mahasiswi menggunakan pembayaran Spay Later. Pada bagian akhir pembahasan dititikberatkan pada dampak penggunaan Spay Later bagi mahasiswi.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini dilaksanakan melalui media sosial. Aplikasi Shopee dipilih karena Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang paling populer dan banyak digunakan oleh mahasiswi. Selain itu, Shopee mudah diakses melalui gadget, sehingga jangkauan penggunaan aplikasi ini juga meluas. Penelitian ini dilaksanakan antara bulan September 2021 dan Maret 2022.

Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang mahasiswi pengguna aplikasi Shopee yang berkuliah di tiga Perguruan Tinggi yang ada di Sulawesi Selatan, yaitu Universitas Hasanuddin (UNHAS), Universitas Negeri Makassar (UNM) yang berada di kota Makassar dan Perguruan Tinggi Lamapappoleonro (LAMAPOL) yang bertempat di Kabupaten Soppeng. Mereka berusia antara 21 dan 23 tahun, sebagaimana dijabarkan pada Tabel 1 berikut ini:

No.	Nama Informan	Umur (Tahun)	Instansi
1.	Ria	23	LAMAPOL
2.	Nur	23	LAMAPOL
3.	Uli	22	LAMAPOL
4.	Aini	22	LAMAPOL
5.	Yua	21	LAMAPOL
6.	Risma	22	UNM
7.	Mina	21	UNM
8.	Ina	21	UNM
9.	Riri	21	UNM

<sup>6</sup> [https://help.shopee.co.id/portal/article/72112-\[SPayLater\]-Apa-yang-terjadi-jika-saya-terlambat-melakukan-pembayaran-tagihan-SPayLater%3F?previousPage=other+articles](https://help.shopee.co.id/portal/article/72112-[SPayLater]-Apa-yang-terjadi-jika-saya-terlambat-melakukan-pembayaran-tagihan-SPayLater%3F?previousPage=other+articles), diakses tanggal 16 Mei 2022.

10.	Sri	21	UNHAS
11.	Rini	21	UNHAS
12.	Hunhun	21	UNHAS
13.	Vivi	21	UNHAS
14.	Kur	21	UNHAS
15.	Ascy	21	UNHAS

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara dilakukan dengan *chatting* (obrolan daring) melalui aplikasi Whatsapp, ini dilakukan pada waktu yang telah disepakati bersama dengan informan. Adapun topik-topik wawancara menyangkut penggunaan fitur Spay Later; alasan berbelanja menggunakan Spay Later; dan dampak dari eksistensi dan penggunaan Spay Later.

Proses analisis data pada penelitian ini dilakukan dimulai dengan mengumpulkan transkripsi wawancara dan catatan observasi. Ini dilanjutkan dengan membaca dan mendeteksi tema-tema yang muncul, yakni Shopee, Shopee Pay Later, alasan berbelanja dengan Spay Later, kemudahan berbelanja, metode berbelanja, metode pembayaran, diskon harga dan ongkir, keberagaman barang, dampak penggunaan Spay Later, kekhawatiran, dan perilaku konsumtif.

Sebelum prospektif informan dimintai kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, mereka terlebih dahulu dijelaskan tentang topik, tujuan, dan manfaat penelitian. Jika mereka bersedia untuk berpartisipasi. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan *snowball sampling*, yakni dari informasi informan pertama diperoleh informan kedua dan seterusnya bergulir seperti bola salju. Metode *snowball sampling* digunakan karena adanya rasa malu jika mereka ketahuan menggunakan Spay Later karena berbelanja melalui Spay Later dianggap berhutang. Oleh karenanya, semua nama informan diganti dengan nama samaran (*pseudonym*) untuk memroteksi identitas mereka.

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### • Sophee dan Shopee Pay Later

Berbelanja secara daring bukan sesuatu yang baru bagi mahasiswa. Namun di masa pandemi Covid-19, ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan *work from home* (WFH), maka banyak kegiatan yang dilakukan secara langsung berubah menjadi secara *online*, berbelanja secara *online* semakin menunjukkan intensitasnya yang tinggi. Salah satu alternatif aplikasi berbelanja daring yang sedang *booming* digunakan oleh mahasiswa adalah Shopee. Shopee memiliki fitur pembayaran yang disebut Shopee Pay Later, disingkat Spay Later. Apa dan bagaimana Shopee dan Spay Later, ini akan dibahas berikut ini.

#### *Shopee*

Aplikasi Shopee adalah aplikasi belanja *online* yang diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. dan merupakan satu di antara 10 situs yang ada di Indonesia yang memiliki banyak populasi digital. Pertumbuhan Shopee sebesar 767% dalam semester pertama tahun 2017 dan memberikan kontribusi terbesar dalam pertumbuhan rata-rata pada *marketplace*.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> <https://tekno.liputan6.com>, diakses tanggal 13 Maret 2022.

Shopee sebagai salah satu aplikasi, yang menjadi tempat berbelanja secara *online* bagi konsumen, merupakan salah satu *e-commerce* yang digemari oleh konsumen di Indonesia. Shopee menduduki peringkat kedua *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak pada kuartal kedua 2021, yakni sebanyak 126.996.700 pengunjung per bulan, setelah Tokopedia (sebanyak 147.790.000 per bulan).<sup>8</sup>

Aplikasi Shopee ini sebagai aplikasi *marketplace* yang dikenal mempermudah para penggunanya dalam melakukan transaksi. Dengan berbagai tawaran yang diberikan dan disarankan dalam penggunaannya, dari proses transaksi hingga pengembalian barang (Dewi dan Haryanto 2021:110). Berbagai perusahaan menawarkan beragam produk dengan menerapkan strategi pemasaran, seperti pemasaran digital yang dipergunakan selama Covid-19 yang dapat menarik perhatian konsumen agar produk mereka dilirik dan melakukan transaksi pembelian (Lestari dan Saifuddin 2020:29-30).

Shopee merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh mahasiswa dalam berbelanja secara *online*, dan semakin meningkat sejak Covid-19 mewabah. *Marketplace* ini setiap tahun membuat perubahan dan penambahan fitur di dalam aplikasinya, baik dalam bentuk *game* yang dapat membuat pembeli memperoleh hadiah berbelanja, maupun fasilitas proses pembayaran yang semakin mempermudah penggunaannya dalam bertransaksi. Selain itu, Shopee juga membuat tawaran diskon dan gratis ongkos kirim (ongkir), pembelian kuota, pulsa, token listrik, pembayaran Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) hingga fitur Shopee pinjam. Adanya berbagai fitur yang disediakan Shopee dalam aplikasi tersebut membuat berbelanja menjadi lebih mudah. Proses transaksi pada Shopee dibuat sedemikian rupa sehingga memudahkan penggunaannya untuk berbelanja. Konsumen juga dapat memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keinginan mereka.<sup>9</sup>

Model transaksi yang dipergunakan pada aplikasi ini adalah dengan melibatkan pihak ketiga. Jika konsumen membeli sesuatu di salah satu toko yang ada di Shopee, maka transaksi yang dilakukan konsumen tidak langsung ke pihak penjual, melainkan transaksi tersebut sampai pada pihak ketiga, yaitu pihak Shopee demi meminimalisir terjadinya tindak penipuan.

Sejak peluncuran perdananya, Shopee memperluas jangkauannya di tujuh wilayah, yaitu Singapura, Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina.<sup>10</sup> Aplikasi Shopee ini telah dapat diakses dengan berbagai *gadget*, dan dari waktu ke waktu aplikasi ini semakin menambah fitur dan fasilitas, salah satunya adalah Shopee Pay Later, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

### *Shopee Pay Later*

Shopee Pay Later (disingkat Spay Later) merupakan salah satu pilihan pembayaran dalam pembelian di Shopee. Fitur Spay Later ini dirilis pada tanggal 6 Maret 2019 (Monica 2019:37). Pembelian di Shopee dengan metode pembayaran Spay Later adalah sistem pembelian barang yang pembayaran dilakukan kemudian, sebagaimana slogannya: “Beli Sekarang Bayar Nanti” yang prosesnya dilakukan melalui PT. Commerce Finance di aplikasi Shopee. Melalui metode pembayaran Spay Later, maka pembelian dapat dilakukan terlebih dahulu dan pembayarannya dilakukan di bulan berikutnya, atau dengan metode cicilan selama beberapa bulan. Spay Later merupakan metode pembayaran

<sup>8</sup> <https://lifestyle.kontan.co.id/news/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-tokopedia-kembali-ke-puncak>, diakses tanggal 14 Maret 2022.

<sup>9</sup> <https://shopee.co.id>, diakses tanggal 18 Mei 2022.

<sup>10</sup> <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses tanggal 14 Mei 2022.

dengan menggunakan dana talangan dari perusahaan aplikasi terkait, kemudian pengguna membayar tagihannya ke perusahaan aplikasi.<sup>11</sup> Pembayaran menggunakan Spay Later ini telah diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Adika 2021:2-3).

Spay Later merupakan transaksi pembayaran yang muncul di Shopee seperti halnya berbelanja dengan menggunakan kartu kredit. Pihak Shopee memberikan limit pinjaman berupa uang digital kepada pengguna yang telah mendaftarkan dirinya. Fitur Spay Later ini bisa diaktifkan ketika pengguna Shopee yang loyal telah berada pada level *gold*<sup>12</sup>. Artinya, uang tersebut bisa digunakan untuk membayar barang, namun pembayaran kepada penjual terlebih dahulu dilakukan oleh Shopee. Cara menggunakan Spay Later ini hanya mendaftarkan data informasi diri atau data ke pihak Shopee, sehingga pada saat pembelian barang dengan menggunakan pembayaran Spay Later semua data yang diperlukan telah dimiliki oleh pihak Shopee, seperti nama, alamat, nomor induk kependudukan (NIK), dan nomor telpon, serta nomor telpon salah seorang kerabat (Monica 2019:37-38).

Monica (2019:37) mengungkapkan bahwa ketika pengajuan permohonan pinjaman di terima oleh Shopee, maka secara otomatis pengguna mendapatkan limit dengan nominal Rp 750.000,-. Namun saat ini fitur Spay Later mengalami peningkatan limit saldo mulai dari Rp750.000,- hingga Rp 3.000.000,- bahkan bisa lebih besar lagi dari nominal tersebut sesuai dengan peringkat penggunaanya (Silver, Gold, Platinum)<sup>13</sup>. Setelah digunakan, limit Spay Later bisa bertambah dari limit awalnya. Hal ini terjadi karena penggunaanya memiliki rekam jejak yang baik dalam pembayaran, misalnya, dengan melakukan pembayaran tepat waktu.

Penggunaan Spay Later serupa dengan menggunakan Shopee Pay saat melakukan *checkout* barang, yang membedakan hanyalah pada saat pembayaran, Spay Later menawarkan pilihan pembayaran, mulai dari cicilan 3 bulan, 6 bulan, hingga 12 bulan dengan bunga 2,95%. Pembayaran melalui Spay Later ini dikenakan biaya penanganan 1% per transaksi. Jika terjadi keterlambatan pembayaran, maka pembayaran yang harus dibayar adalah sebesar 5% per bulan dari total tagihan yang telah jatuh tempo (termasuk tagihan sebelumnya).<sup>14</sup> Cara menjumlahkan pembayaran yang harus dibayar yaitu jumlah harga yang akan dibayar dikalikan 2,95% di tambah biaya penanganan 1%, jika terjadi keterlambatan pembayaran, maka jumlah awal yang harus dibayar dikalikan 5%.<sup>15</sup> Simulasi pembayaran Spay Later dapat dilihat pada **Tabel 2** berikut ini:

Harga barang		200.000
Bunga	2,95% x 200.000	5.900
Biaya penanganan	1% x 200.000	2.000
Tagihan lunas bayar bulan depan		<b>207.900</b>
Denda 5% jika terlambat membayar	5% x 207.900	10.395

<sup>11</sup> <https://help.shopee.co.d/s/article>, diakses tanggal 13 Maret 2022.

<sup>12</sup> <https://cryptoharian.com/pengalaman-menggunakan-shopee-paylater-2020/>, diakses tanggal 14 Mei 2022.

<sup>13</sup> <https://investbro.id/paylater-terbaik/>, diakses tanggal 20 Mei 2022.

<sup>14</sup> [https://help.shopee.co.id/portal/article/73455-\[SPayLater\]-Apa-Syarat-&-Ketentuan-Pembayaran-dengan-SPayLater%3F?previousPage=other+articles](https://help.shopee.co.id/portal/article/73455-[SPayLater]-Apa-Syarat-&-Ketentuan-Pembayaran-dengan-SPayLater%3F?previousPage=other+articles), diakses tanggal 9 Mei 2022.

<sup>15</sup> <https://indocara.com/denda-shopee-paylater/>, diakses tanggal 16 Mei 2022.

<b>Total Tagihan</b>		<b>218.295</b>
Cicilan 3x per bulan	$(200.000:3) + 5.900$	72.567
<b>Total tagihan per bulan</b>		<b>72.567</b>
Denda 5% jika terlambat membayar	$5\% \times 72.567$	3.628
<b>Total tagihan per bulan plus denda</b>		<b>76.195</b>
Cicilan 6x per bulan	$(200.000:6) + 5.900$	39.233
<b>Total tagihan per bulan</b>		<b>39.233</b>
Denda 5% jika terlambat membayar	$5\% \times 39.233$	1.961
<b>Total tagihan per bulan plus denda</b>		<b>41.194</b>
Cicilan 12x per bulan	$(200.000:12) + 5.900$	22.567
<b>Total tagihan per bulan</b>		<b>22.567</b>
Denda 5% jika terlambat membayar	$5\% \times 22.567$	1.128
<b>Total tagihan per bulan plus denda</b>		<b>23.695</b>

Menurut Sri (21 tahun), sebelum menggunakan metode pembayaran Spay Later, ia menggunakan pembayaran melalui *cash on delivery* (COD) ataupun pembayaran secara transfer bank. Namun, setelah ia mengetahui ada sistem pembayaran Spay Later, maka ia beralih ke sistem pembayaran ini. Pengalaman serupa juga dijelaskan oleh Aini (21 tahun), bahwa selama ini jika ia berbelanja secara daring, ia membayarnya dengan metode pembayaran langsung, *cash on delivery* (COD). Namun, ketika pandemi Covid-19 mulai melanda Indonesia dan ia mendengar dari temannya tentang metode Spay Later, iapun mencobanya dan telah menjadikan Spay Later sebagai salah satu metode pembayaran yang paling sering ia gunakan. Pengalaman lainnya dijelaskan oleh Karlota (21 tahun), yang telah menggunakan aplikasi Shopee sejak tahun 2018. Ia mengetahui fitur Spay Later ini setahun kemudian (2019) dari temannya. Namun, ia baru menggunakannya pada awal tahun 2020. Ini karena ketika pandemi Covid-19 sudah mulai merebak di Indonesia, mobilitas masyarakat dibatasi, sehingga ia akhirnya mencoba berbelanja dengan menggunakan Spay Later dan hingga kini ia justru menjadi ketagihan menggunakannya. Di masa pandemi Covid-19 ketika orang dibatasi dan membatasi diri untuk bertemu dengan orang lain, maka sistem pembayaran COD cenderung ditinggalkan. Olehnya itu, pembayaran secara *online* seperti Spay Later menjadi pilihan yang relevan dengan kondisi pandemi.

#### • **Kenapa Menggunakan Spay Later?**

Di masa pandemi Covid-19 dan dengan adanya kebijakan pemerintah dalam bentuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), ini mengakibatkan aktifitas pekerjaan dialihkan menjadi serba *online*. Hal ini memengaruhi berbagai aktivitas masyarakat, termasuk mahasiswa dan termasuk dalam hal berbelanja. Kajian Lestari dkk. (2021) menunjukkan bahwa ada tiga

variabel yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen untuk menggunakan Spay Later, yakni pengetahuan tentang fitur, kepuasan konsumen, dan resiko penggunaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga alasan kenapa mahasiswi menggunakan Spay Later dalam bertransaksi, yakni: kemudahan berbelanja, diskon harga dan ongkir, dan ketersediaan beragam barang.

#### *Kemudahan Berbelanja*

Kemudahan berbelanja memiliki pengaruh positif terhadap keputusan untuk melakukan belanja daring (Sudjatmika 2017:5). Utari dkk. (2020:143-154) melihat ada perubahan secara signifikan yang terjadi dalam pembelian sebelum dan saat Covid-19 mewabah, dan ini tidak saja berkaitan dengan media yang digunakan untuk berbelanja (secara *online*), tapi juga metode pembayarannya. Kemudahan yang disediakan oleh Shopee mengkomodir keduanya, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

#### Metode berbelanja

Berbelanja secara *online* bukan hal baru bagi mahasiswi dan bukan baru dilakukan ketika Covid-19 mewabah. Jauh sebelumnya mereka telah berbelanja secara *online*, yang dapat dilakukan melalui media sosial (seperti Facebook, Instagram, dll.) dan *marketplace*. Namun, berbelanja melalui *e-commerce*, seperti Shopee, lebih disukai dibandingkan berbelanja di media sosial karena Shopee menyediakan berbagai kemudahan berbelanja.

Sebelum berbelanja, mereka dapat melihat penilaian yang telah diberikan oleh para pembeli lainnya, misal tentang kualitas barang, kualitas layanan toko *online*, tanpa harus kemana-mana, cukup memasuki laman pada aplikasi dan mengetik nama barang yang dibutuhkan. Ini berkelindan dengan temuan Lailatul dkk. (2018:61-62), bahwa berbelanja secara *online* memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen, dan ini terkait dengan pelayanan diberikan penjual (serba mudah), kualitas produk, dan harga jual karena tak jarang mereka menemukan barang yang sama namun dengan harga yang berbeda.<sup>16</sup>

Ria (23 tahun) lebih memilih berbelanja dengan menggunakan Shopee karena aplikasi belanja daring ini dapat mempermudah dalam mencari barang yang di butuhkan dibandingkan berbelanja secara luar jaringan (*offline*). Menurut Riri (21 tahun) dan Karlota (21 tahun), yang suka berbelanja menggunakan aplikasi Shopee, kemudahan dalam pengaplikasiannya dan aplikasi belanja *online*-nya yang selalu *up to date*, membuat berbelanja jadi mudah dan tanpa keraguan. Ia bahkan menggunakan fitur ini tak sekedar untuk membeli pakaian, tapi juga dalam membeli kuota data atau pulsa ketika ia mengalami kekurangan uang bulanan. Hal serupa dikemukakan oleh Ina (21 tahun), bahwa Spay Later membuat kebutuhan menjadi lebih mudah dilakukan karena berbelanja hanya dilakukan dengan menekan tombol *gadget*. Kur (21 tahun) dan Ascy (21 tahun), mengungkapkan bahwa *marketplace* Shopee dengan metode berbelanja yang simpel melalui *smartphone*, membuatnya tidak perlu keluar rumah untuk memenuhinya. Dalam kaitan dengan ini, Octaviani dan Sudrajat (2016:5) menyatakan bahwa mahasiswa tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi dan membutuhkan banyak waktu untuk ke toko satu per satu demi mencari barang yang diinginkan, cukup membuka *handphone* dan akses internet dan membuka *website* yang dituju. Dengan metode berbelanja seperti ini, berbelanja menjadi begitu mudah, apalagi di tengah wabah Covid-19. Ini diperkuat oleh pernyataan Mina (21 tahun), bahwa selama pandemi Covid-19 ia kebanyakan berbelanja dengan menggunakan Spay Later karena selain memudahkan dalam bertransaksi, ini

---

<sup>16</sup> <https://lifestyle.bisnis.com/read/20190129/219/883444/barang-sama-tetapi-harga-jauh-beda-kok-bisa>, diakses tanggal 10 Mei 2022.

berkelindan dengan kebijakan pemerintah untuk membatasi keluar rumah dan membatasi interaksi dengan orang lain.

### Metode pembayaran

Berbelanja secara *online* di masa pandemi Covid-19 umumnya dilakukan dengan cara mentransfer uang (Utari dkk. 2020:149-150). Meskipun berbelanja secara *online* dan pembayaran secara transfer telah dilakukan sebelum Covid-19 mewabah, temuan Alhana dkk. (2021:3) menunjukkan bahwa penggunaan metode ini meningkat 30% di masa pandemi Covid-19.

Metode pembayaran dengan Spay Later, seperti halnya penggunaan kartu kredit, telah banyak dilakukan sebelum pandemi Covid-19, tapi ketika Covid-19 mewabah, intensitasnya semakin tinggi. Menurut Ria (23 tahun), memudahkannya dalam bertransaksi selama pandemi Covid-19. Pandangan serupa dikemukakan oleh Uli (22 tahun) yang lebih memilih melakukan berbelanja menggunakan aplikasi Shopee dan pembayaran Spay Later selama pandemi Covid-19 karena ia mematuhi anjuran pemerintah untuk membatasi keluar rumah. Selain itu, oleh karena tempat tinggalnya berada di wilayah kabupaten, berbelanja di Shopee lebih murah dibandingkan berbelanja secara langsung ke toko jualan di daerahnya. Ketersediaan *marketplace* seperti Shopee apalagi dengan fasilitas pembayaran melalui Spay Later, yang berslogan “belanja dulu bayar nanti”, belanja serasa menjadi begitu mudah. Ia tinggal memencet tombol *gadget*, dan setelahnya ia tinggal menunggu barangnya di rumah, sehingga ia tidak perlu keluar rumah. Pembayaran dengan metode Spay Later, menurut Ria (23 tahun), sangat mempermudah dalam berbelanja terutama di masa pandemi Covid-19. Hal serupa juga dinyatakan oleh Vivi (21 tahun) yang selama pandemi Covid-19 sering berbelanja di Shopee dengan metode pembayaran Spay Later, terutama karena pemerintah melarang masyarakat keluar rumah untuk menghindari penyebaran Covid-19, sehingga Spay Later seperti “dewa penolong” selama ia tinggal di kosan sendiri karena ia memilih untuk tidak pulang kampung. Mina (21 tahun), mahasiswi yang tinggal di kosan, mengemukakan bahwa ketika token listriknya habis di tengah malam, biasanya ia membeli token listrik di Shopee dengan menggunakan pembayaran Spay Later. Ia tidak dapat membayangkan jika tidak ada fasilitas ini disediakan oleh Shopee, ia akan bergelap-gelapan di malam hari.

Yua (21 tahun) beranggapan bahwa ketika ada yang mempermudah dalam berbelanja kenapa harus memilih yang sulit, dan itu ada di Shopee dengan fasilitas Spay Later-nya, apalagi dengan adanya pandemi Covid-19 yang entah kapan akan berakhir. Ini membuatnya lebih banyak berbelanja pada aplikasi Shopee dengan metode pembayaran Spay. Sebagai mahasiswi, menurut Sri (21 tahun), metode pembayaran seperti ini sangat membantu dan mempermudah dirinya untuk berbelanja. Biasanya ia menggunakan fitur Spay Later ketika uang bulanannya telah menipis. Spay Later bagai “dewa penolong” di tengah krisis karena ia tetap dapat berbelanja, meski ia tak memiliki cukup uang dan membayarnya di bulan depan sesuai dengan kesepakatan dengan Spay Later. Ina (21 tahun) juga menganggap metode pembayaran dengan Spay Later seperti “dewa penolong” di tengah krisis kuota karena terkadang di tengah malam ia kehabisan kuota data atau kuota token listrik, maka ia dapat membelinya di aplikasi Shopee dan ketika ia tidak memiliki cukup saldo Shopee Pay, ia dapat menggunakan Spay Later untuk membayarnya.

Menurut Risma (21 tahun), meskipun ada tambahan pembayaran 1% ketika menggunakan fitur Spay Later, ia tetap beranggapan bahwa penambahan biaya itu tidak berarti jika dibandingkan dengan ia harus keluar rumah untuk berbelanja, sementara ia tidak memiliki kendaraan. Selain itu, ketika uang bulanan belum tiba, Spay Later jadi “dewa penolongnya”. Fasilitas Spay Later, menurut Nur (23 tahun) dan Ascy (21 tahun), sangat membantu mahasiswi untuk membayar belanjaan mereka, terutama ketika dompet sudah mulai krisis karena tanpa uang yang cukup pun ia tetap dapat berbelanja dengan sistem pembayaran Spay Later, yang dapat diangsur sesuai pilihan, apakah dibayar sekaligus di bulan depan, dicicil tiga bulan, enam bulan, bahkan 12 bulan. Ina menganggap cicilan ini tidak memberatkan walaupun ketika dihitung melebihi dari harga jual yang sebenarnya.

#### *Diskon Harga dan Ongkir*

Ketertarikan orang untuk berbelanja melalui Shopee, tidak saja karena metode berbelanja dan metode pembayarannya yang mudah, tapi juga karena tawaran diskon harga dan ongkos kirim (ongkir) yang menggugah pembeli. Berbagai diskon menarik ditawarkan di setiap toko yang ada di Shopee.

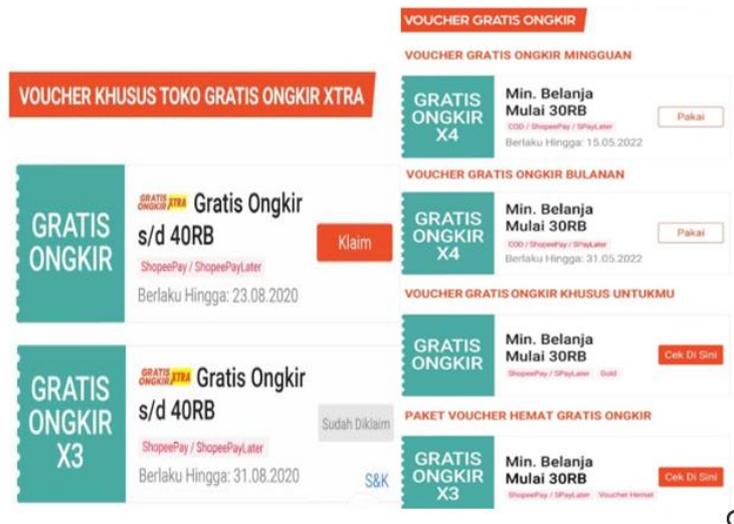
Menurut Devi (2019:42), harga yang ditawarkan untuk barang-barang yang dijual di *marketplace* seperti Shopee sangat bervariasi, mulai dari harga yang termurah, hingga yang termahal. Oleh karenanya, mahasiswi melakukan pembelian dengan mempertimbangkan harga barang yang akan dibeli, maka potongan harga atau harga diskon menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswi, baik bagi mereka yang kos-kosan, maupun bagi mereka yang tinggal bersama orang tua. **Gambar 1** di bawah ini merupakan kategori barang yang didiskon pada tanggal *double* atau tanggal cantik, seperti tanggal 9 September, dan disebut 9.9 Calendar. Uli (22 tahun) yang suka berbelanja di tanggal cantik ini lebih mengandalkan pembayaran memakai fitur Spay Later karena ketika tanggal cantik biasanya banyak toko di Shopee yang memberikan diskon besar-besaran yang membuat pembeli tergiur untuk berbelanja dan berlomba-lomba untuk membeli (*check out*).



**Gambar 1.** Diskon di tanggal *double*/tanggal cantik.

Kur (21 tahun), misalnya, biasanya cepat tergiur jika ada diskon yang ditawarkan oleh Shopee pada tanggal-tanggal tertentu, biasanya disertai dengan potongan harga atau bahkan gratis ongkir (*freeong*) yang disediakan oleh Spay Later, dan ini semakin menstimulasinya untuk berbelanja. Sebagai mahasiswi dengan kiriman uang yang terbatas, ini membuat Mina (21 tahun) lebih tertarik untuk berbelanja jika barang yang diminatnya memiliki tawaran diskon, apalagi jika disertai dengan gratis ongkir. Baginya

diskon harga dan ongkir memiliki daya tarik sendiri, dan di Shopee tawaran gratis ongkir hampir selalu ada, dan ini menstimulasinya untuk berbelanja. Biasanya penggunaan *voucher* gratis ongkir ini tidak selamanya Rp0,-, tetapi gratis ongkir ini bisa dalam bentuk potongan ongkir tergantung dari wilayah pembeli. Misalnya, jika lokasi toko dan pembeli dekat, maka pembeli bisa memperoleh gratis ongkir. Jika lokasi di antara keduanya jauh, maka *voucher* gratis ongkir hanya berupa potongan ongkir. Namun, biasanya fasilitas seperti ini memiliki syarat dan kondisi, seperti minimum belanja dan periode gratis ongkir (lihat **Gambar 2**). Minanda dkk. (2018:437) mengungkapkan bahwa mahasiswa, secara sadar atau tidak, ketika berbelanja secara *online* tidak lagi berfokus pada kebutuhan melainkan berfokus pada tawaran diskon yang diberikan, sehingga cenderung membuat mereka menjadi boros.



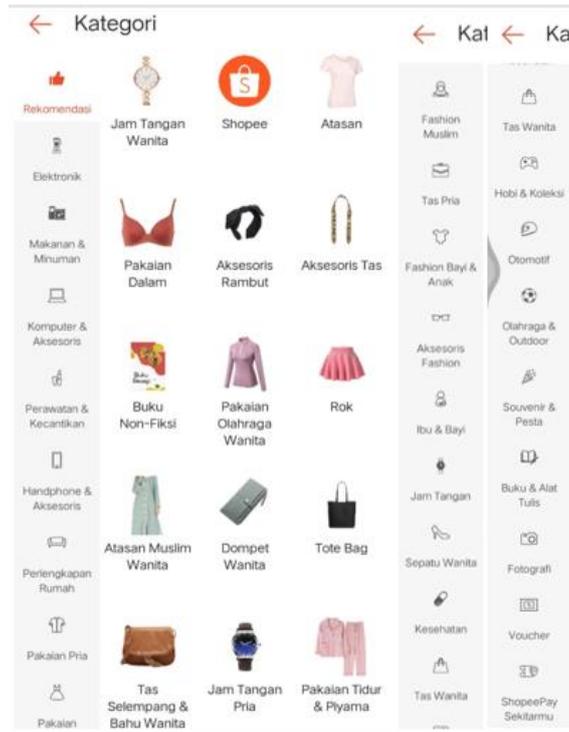
**Gambar 2.** Voucher gratis ongkir

Fasilitas diskon dan *free* ongkir (*freeing*), menurut Nur (23 tahun), membuat harga barang menjadi lebih murah dan membuatnya tertarik untuk berbelanja di Shopee. Dengan metode pembayaran melalui fitur Spay Later, ia dapat membayar barang yang dibeli secara angsuran. Dengan metode pembayaran Spay Later, Nur “tidak merasa” mengeluarkan uang banyak (karena diangsur) setiap bulan, dan tetap dapat memiliki barang.

Berbelanja di Shopee bagi Risma (22 tahun) dan Ascy (21 tahun) lebih dominan pada pembelian *skincare* ketimbang membeli pakaian atau kebutuhannya yang lain. Ia biasanya menggunakan Spay Later lebih karena ingin mendapatkan potongan ongkir dan *voucher* lain. Sekarang ini untuk mendapatkan potongan ongkir dan *voucher*, orang harus melakukan pembayaran melalui Spay Later. Ini mengindikasikan bahwa tawaran2 diskon dan potongan ongkir merupakan “daya pikat” agar orang mau menggunakan Spay Later.

#### *Ketersediaan Beragam Barang*

Jika dulunya orang berbelanja secara *offline*, kemudian sekali-sekali berbelanja secara *online*, maka ketika Covid-19 mewabah, berbelanja secara *online* dominan dilakukan untuk hampir semua transaksi karena orang membatasi diri keluar rumah. Jika dulu berbelanja secara *online* hanya untuk kebutuhan sekunder, seperti asesoris, sepatu, tas, dll. Kini, terutama sejak Covid-19 mewabah, hampir semua kebutuhan dapat dibeli secara *online*, mulai dari makanan, hingga barang-barang elektronik (lihat **Gambar 3**).



**Gambar 3.** Kategori barang di Shopee

Dalam kaitan dengan ini, Kur (21 tahun) mengungkapkan, bahwa salah satu keunggulan berbelanja melalui Shopee dengan sistem pembayaran Spay Later adalah karena Shopee menyediakan berbagai macam barang yang dibutuhkannya, seperti pakaian, assesoris, *skincare*, kuota data, dll. Untuk berbelanja kebutuhannya, Ina (21 tahun) menggunakan fitur ini untuk berbelanja karena hampir semua barang tersedia di Shopee, sehingga membuat hidupnya menjadi lebih simpel. Melalui Shopee, ia dapat membeli berbagai macam barang, seperti pakaian, kuota data, token listrik atau berbagai kebutuhan lainnya.

Vivi (21 tahun) juga mengungkapkan hal yang serupa bahwa selain mendapatkan kemudahan dalam berbelanja daring, penggunaan Spay Later ini juga mempermudahnya dalam berbelanja karena hampir semua yang dibutuhkannya tersedia di Shopee, termasuk token listrik, pulsa, dll., sehingga Shopee berkesan sebagai “*one stop shopping*”. Menurut Hunhun (21 tahun), di dalam satu toko menyediakan berbagai barang kebututhan dengan merek yang berbeda. Shopee juga menyediakan Shopee Mall yang menjual berbagai brand baik brand lokal maupun brand luar yang mana dapat dijamin 100% keaslian produknya hanya saja Shopee Mall mematokkan harga lebih tinggi dibanding toko lainnya, sehingga barang yang dijual-pun beragam dari jenis dan harga barang, selain metode pembayarannya yang bisa diangsur. Riri (21 tahun), yang gemar membaca buku, tidak bisa membeli buku selama Covid-19 mewabah karena toko-toko buku langganannya ditutup. Melalui Shopee, Riri tetap dapat berbelanja buku, dan dapat membeli beberapa buku dalam waktu bersamaan karena ia dapat membayarnya secara angsuran.

- **Dampak Penggunaan Spay Later**

Survei dari Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) menunjukkan bahwa 52,06% orang berbelanja di aplikasi Shopee menggunakan pembayaran dengan Spay Later (Putri dan Andarini 2022:62). Pembayaran dengan menggunakan Spay Later

ini memiliki dampak yang signifikan terhadap mahasiswi, yakni dampak positif dan dampak negatif, sebagaimana yang akan dibahas berikut ini.

#### *Dampak Positif*

Berbelanja dengan Spay Later membuat aktivitas berbelanja menjadi simpel karena orang dapat menghemat tenaga dan waktu. Hunhun (21 tahun) menjelaskan bahwa dengan menggunakan aplikasi Spay Later, ia hanya menggunakan *gadget*-nya untuk melihat barang secara daring, *review* orang yang telah membeli sebelumnya, tawaran-tawaran diskon barang maupun ongkir, serta metode pembelanjaan dan pembayarannya, sebelum akhirnya ia memutuskan untuk membelinya. Dengan cara demikian, aktivitas berbelanjanya menjadi lebih simpel karena semua dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah, dan ini sangat menghemat waktu dan tenaganya. Dengan cara demikian, ia menjadi sangat terbantu karena selama pandemi Covid-19, keluar rumah dan interaksi sosial sangat dibatasi. Ini berkelanjutan setelah pandemi sudah semakin mereda.

Bagi Karlota (21 tahun) yang memiliki tingkat kemalasan yang tinggi, berbelanja secara daring, termasuk di *marketplace* seperti Shopee dan dengan pembayaran melalui Shopee Pay Later, ini ibarat gayung bersambut karena dengan demikian ia bisa berhemat tenaga dan waktu. Sambil berbaring ia dapat berbelanja, menunggu barang yang dipesan diproses, hingga melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan dengan pihak Shopee, tanpa harus keluar rumah (baca, misalnya, Octaviani dan Sudrajat 2016:5). Namun demikian, penggunaan Spay Later juga memiliki dampak negatif bagi penggunaannya, sebagaimana yang akan dibahas pada sub-sessi berikut ini.

#### *Dampak Negatif*

Dampak negatif dari berbelanja di Shopee dengan metode pembayaran Spay Later mencakup timbulnya kekhawatiran pada diri penggunanya dan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

#### Timbulnya kekhawatiran

Ketepatan pada pembayaran piutang merupakan hal yang sangat penting dalam perputaran keuangan pada perusahaan. Pelaksanaan prosedur pembayaran piutang akan membantu dalam pelaksanaan pembayaran piutang yang dilakukan, dengan dilaksanakannya prosedur pembayaran piutang dengan baik dan sebagaimana mestinya, maka ini akan mengurangi terjadinya kesalahan yang akan merugikan perusahaan (Pujiati 2021:130).

Meskipun Spay Later berslogan “Beli Sekarang Bayar Nanti”, ini bukan tanpa aturan dalam hal pembayarannya, seperti kapan jatuh tempo, berapa lama, berapa kali, berapa jumlahnya, dan berapa dendanya jika kewajiban pembayaran tidak dilakukan. Ini menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi mahasiswa jika waktu jatuh tempo pembayaran semakin dekat.

Menurut Hunhun (21 tahun), walaupun selama ini ia tidak pernah membayar melewati waktu pembayaran, ia selalu merasa khawatir jika jadwal jatuh tempo yang telah disepakati dengan Shopee semakin mendekat, terutama jika ia belum mendapatkan kiriman dari orang tuanya. Ini karena jika ia terlambat membayar (jatuh tempo), ia harus membayar denda (baca, misalnya, Fransisca dan Suyasa 2005:190).

Pengalaman terlambat membayar pernah dialami oleh Ascy (21 tahun) yang menunggak pembayaran selama lima hari karena belum mendapatkan kiriman uang bulanan dari orang tuanya yang mengakibatkan ia menjadi sangat khawatir karena ia tidak dapat membayar tepat waktu dan harus membayar biaya keterlambatan, dan itu telah

terjadi dua kali: *pertama* sebesar Rp500.000,-; dan kedua sebesar Rp150.000,-, dan keduanya disertai dengan denda keterlambatan sebesar 5%.

Hal serupa juga pernah dialami oleh Karlota (21 tahun), yang pernah memiliki pengalaman lupa membayar. Pada waktu itu ia harus membayar Spay Laternya sebesar Rp560.924,-. Namun ia kelupaan membayar pinjamannya tersebut yang mengakibatkan ia harus membayar denda keterlambatan sebesar 5%, sehingga total yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp588.973,- (lihat **Gambar 4**). Karlota mengungkapkan alasannya kenapa ia tidak membayar adalah karena ia tidak membaca notifikasi di *handphone*-nya terkait hal tersebut. Ini menimbulkan kekhawatiran tersendiri bagi Karlota. Tapi Karlota tidak menyesali dirinya berbelanja dengan menggunakan Spay Later karena sejak awal ia telah mengetahui bahwa ia akan dikenakan denda keterlambatan bila pembayaran terlewatkan dari tanggal jatuh tempo. Namun demikian, hal seperti ini tetap menimbulkan kekhawatiran baginya karena harus berurusan dengan denda dari Shopee Pay Later.



Tagihan telah dilunasi

Total Tagihan	+ Rp560.924
Denda Keterlambatan	+ Rp28.049
Total Pengembalian Dana	Rp0
Total Pembayaran	- Rp588.973
Total 15 transaksi	25 Jan - 24 Feb

**Gambar 4.** Tagihan denda keterlambatan

Pengalaman lainnya dialami oleh Yua (21 tahun) yang juga menunggak membayar karena kartu telfon yang digunakan mendaftar sudah tidak aktif dan ia juga tidak mengecek email, sedangkan pihak Shopee memperingati pembayaran via telpon dan email. Oleh karenanya, pihak Shopee menghubungi nomor kerabat yang ia sertakan ketika mendaftar untuk mengecek pembayaran Spay Later-nya. Waktu itu Yua memiliki pinjaman sejumlah Rp780.000,-, ditambah 5% biaya tunggakan ( $5\% \times \text{Rp}780.000,-$ ), yakni sebesar Rp39.000,-, sehingga total yang harus dibayarkannya adalah sebesar Rp 819.000,-. Meskipun ini dilakukan tanpa sengaja, ini cukup membuatnya khawatir karena pihak Shopee dapat menghubungi kontak yang tertera pada saat pendaftaran kapan saja.

#### Berprilaku konsumtif

Dalam mengonsumsi barang atau jasa, jika orang tidak memandangnya sebagai upaya pemenuhan kebutuhan, maka hal tersebut mengarah pada pemenuhan keinginan yang membuat orang-orang menjadi konsumtif (Putra 2018:73). Temuan Juniar dan Jusrianti (2021:45) menunjukkan adanya peningkatan intensitas berbelanja selama pandemi Covid-19 dibandingkan sebelumnya. Menurut Fransisca dan Suyasa (dalam Prabasworo

2017:9-10) ada empat faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu adanya iklan, konformitas, gaya hidup dan kartu kredit.

Studi Anatasya (2020) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara metode pembayaran melalui fitur Shopee Pay Later dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fisip USU. Namun, dengan berslogan “Beli Sekarang Bayar Nanti”, maka bila seseorang telah mengenal Spay Later dan menggunakannya, orang yang tidak dapat mengontrol dirinya akan mudah terjebak dalam perilaku konsumtif.

Kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee, baik dari segi metode pembelian, maupun metode pembayaran membuat orang cenderung mudah berbelanja. Kemudahan tersebut membuat orang terstimulasi untuk menjadi konsumtif, apalagi jika disertai dengan diskon dan potongan harga ongkir atau bahkan *free* ongkir. Kur (21 tahun) dan Karlota (21 tahun), misalnya, mudah tergoda untuk berbelanja karena di masa pandemi ia memiliki banyak waktu di rumah apalagi jika banyak barang yang ditawarkan dengan diskon dan potongan ongkir atau bahkan *free* ongkir (*freeong*). Ini seringkali membuatnya membeli barang-barang yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan dan cenderung membuatnya menjadi konsumtif. Aini (22 tahun), misalnya, yang selama pandemi banyak menghabiskan waktunya di rumah dan banyak bermain dengan gadgetnya, membuat ia seringkali membuka aplikasi Shopee. Tawaran-tawaran menarik dari Shopee membuatnya sulit mengontrol dirinya untuk tidak berbelanja.

Riri (21 tahun) juga berbagi pengalaman terkait ini, bahwa pengeluaran belanjanya menjadi lebih tinggi dibanding uang jajan yang diberikan selama sebulan oleh orang tuanya. Orang tuanya mulai komplek karena paket belanja *online*-nya dalam sebulan bisa mencapai 15 kali. Barang yang dibeli terkadang hanya terlihat lucu (seperti kesing *handphone* yang berbentuk boneka, stiker Barbie, asesoris gelang, kuku palsu, ikat rambut, bandana, boneka boba, gelang, piyama dengan gambar lucu, atau printilan-printilan lainnya), maka ia dengan mudah membelinya (*check out*). Sebagaimana halnya Rini (21 tahun) terkadang berbelanja hanya karena barang tersebut kelihatan lucu (seperti tas berbentuk hati, poni rambut palsu, *binder*, dan barang-barang yang bergambarkan kuda poni karena ia penggemar kuda poni), lalu ia membelinya (*check out*). Rini membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan Spay Later. Oleh karena seringnya ia berbelanja, maka terkadang ketika barang datang, ia bahkan lupa bahwa ia pernah membeli (*check out*) barang tersebut.

Salah satu pemicu yang membuat orang selalu berbelanja adalah bertambahnya limit saldo di Spay Later. Penambahan limit saldo Spay Later ini diberikan oleh pihak Shopee dengan melihat riwayat pembayaran konsumen. Misalnya, pembayaran selalu tepat waktu dan limit saldo sering digunakan, semakin aktif menggunakan Spay Later, semakin besar juga peluang untuk mendapatkan penambahan limit saldo Spay Later.<sup>17</sup> Nur (21 tahun), misalnya, mengatakan hasrat belanjanya selalu muncul ketika ia melihat isi limit saldo Spay Later-nya masih ada atau jika ia mendapatkan tambahan limit saldo dari Spay Later. Ini menggodanya untuk berselancar mencari barang, memasukkannya ke dalam keranjang belanjanya, dan diteruskan ke *check out*, walau barang itu tidak terlalu dibutuhkannya. Hal itu membuatnya menjadi sangat konsumtif. Kur (21 tahun) mengungkapkan bahwa salah satu yang membuat ia tergiur untuk selalu berbelanja karena adanya tambahan limit saldo Spay Later yang diberikan pihak Shopee karena seringnya ia berbelanja di Shopee. Ini membuatnya selalu ingin berbelanja dengan

<sup>17</sup> <https://www.cermati.com/artikel/3-tips-meningkatkan-limit-paylater-dengan-cepat> diakses tanggal 15 Mei 2022.

berpatokan pada limitnya. Ketika saldonya masih banyak, maka ia terstimulasi untuk berbelanja.

Ini berbeda dari Ascy (21 tahun) yang terkadang melakukan pembayaran melewati jatuh tempo, sehingga ia tidak mendapatkan fasilitas penambahan limit saldo Spay Later. Ketika ia berkeinginan untuk membeli barang-barang dan limit saldo Spay Later-nya tidak mencukupi, ia memesan barang dengan menumpang di akun temannya dengan menggunakan metode pembayaran Spay Later. Artinya, keinginan untuk berbelanja tidak terhenti hanya karena seseorang tidak memiliki saldo yang cukup untuk berbelanja. Ada paling sedikit dua alternatif jika seseorang tetap ingin berbelanja namun saldo Spay Later-nya sudah tidak mencukupi, yaitu: *pertama*, menambahkan saldo Spay Later-nya; *kedua*, menumpang pada akun teman untuk memenuhi hasrat berbelanja.

#### 4. Penutup

Pada saat maraknya Covid-19 di Indonesia, orang memiliki keterbatasan dalam beraktifitas, termasuk mahasiswi dan termasuk dalam berbelanja. Dengan berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk membatasi ruang gerak masyarakat demi mencegah penyebaran virus, ini membuat mahasiswi semakin terstimulasi untuk berbelanja secara daring. Salah satu *e-commerce* yang populer bahkan sebelum pandemi Covid-19 adalah Shopee, apalagi Shopee menyediakan fitur Shopee Pay Later (Spay Later), yaitu fitur berbelanja dengan sistem pembayaran bayar kemudian sebagaimana slogannya: “Beli Sekarang Bayar Nanti”.

Mahasiswi menggunakan Spay Later ini karena kemudahan berbelanja yang disediakan oleh Shopee, baik dari segi metode berbelanja, maupun dari segi metode pembayaran. Diskon harga dan ongkos kirim (ongkir) adalah alasan lain kenapa Spay Later menjadi pilihan berbelanja bagi mahasiswi, sehingga terkadang tidak ada niat untuk berbelanja, tapi karena tawaran diskon dan ongkir mereka terstimulasi untuk berbelanja. Berbelanja di Shopee juga menjadi pilihan karena ketersediaan beragam barang, apa saja dijual di Shopee, sehingga berbelanja ibarat “*one stop shopping*” dengan bermodalkan *gadget*, tanpa kemana-mana, bahkan tanpa uang yang cukup untuk berbelanja. Spay later ibarat “dewa penolong” bagi mahasiswi, terutama di masa krisis.

Namun, penggunaan Spay Later memiliki dampak terhadap penggunaannya, baik dampak positif, maupun dampak negatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dampak positifnya adalah berbelanja adalah adanya penghematan tenaga dan waktu, karena mereka tidak perlu keluar rumah. Sementara dampak negatifnya meliputi timbulnya kekhawatiran pada mahasiswi ketika jatuh tempo mendekat, namun belum mendapatkan kiriman uang dari orang tua. Dengan demikian mereka tidak saja harus membayar harga barang, tapi juga membayar denda. Dampak negatif lainnya adalah kecenderungan untuk berprilaku konsumtif. Dengan berbagai kemudahan yang disediakan oleh Shopee and Spay Later, berbelanja bergantung pada ujung jari telunjuk, jika seseorang tidak dapat mengontrol dirinya, maka seseorang akan sangat mudah terjebak dalam “kubangan” konsumerisme. Oleh karena itu, mahasiswi harus belajar untuk mengelola keuangan mereka dan belajar untuk dapat menahan diri agar tidak mengedepankan keinginan daripada kebutuhan.

#### Acknowledgments

Terima kasih kepada semua pihak yang bersumbangsih dalam penelitian ini.

### Conflicts of Interest

Penelitian ini tidak memiliki konflik kepentingan.

### Daftar Pustaka

- Adika, L. 2021. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna, Promosi, Religiusitas Terhadap Kepuasan Pengguna Dan Keputusan Pengguna Shopee Paylater Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Solo.
- Afrianto, A. P. dan Irwansyah, I. 2021. “Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia”, *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1):10-29, <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/181/106>, diakses tanggal 30 Mei 2022.
- Alhana, A. R.; Fawwas, A. F.; Jayanto, M. A.; dan Subekhi, M. R. 2021. “Mengetahui Peningkatan Belanja Pelajar Secara Online Pada Masa Pandemi Untuk Mendukung Era Digital Marketing”, *Research Gate*, 1-5, [https://www.researchgate.net/profile/Agung-Rizqi-Alhana/publication/352553063\\_mengetahui\\_peningkatan\\_belanja\\_pelajar\\_secara\\_online\\_pada\\_masa\\_pandemi\\_untuk\\_mendukung\\_era\\_digital\\_marketing.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Agung-Rizqi-Alhana/publication/352553063_mengetahui_peningkatan_belanja_pelajar_secara_online_pada_masa_pandemi_untuk_mendukung_era_digital_marketing.pdf), diakses tanggal 28 September 2021.
- Anatasya, N. 2020. *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopeepaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Aria, P. 2019. *Pahami Risiko PayLater, Fitur Penggoda Milenial Berbelanja*, <https://katadata.co.id/berita/2019/09/28/pahami-risiko-pay-later-fitur-penggoda-milenial-berbelanja>, diakses tanggal 15 April 2022.
- Aristanti, N. D. 2020. *PayLater, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja!* Koin Works, <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>, diakses tanggal 15 April 2022.
- Canestren, I. A. dan Saputri, M. E. 2021. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater”, *E-Proceedings of Management*, 8(3):1-15, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>, diakses tanggal 26 November 2021.
- Damayanti, F. D. W.; dan Canggih, C. 2021. ”Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial di Surabaya”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(3): 1905-1915, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2872/1696>, diakses tanggal 24 Januari 2022.
- Dermawan, A. dan Akmal, A. 2020. “Urgensi Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Kejahatan Teknologi Informasi”, *Journal Of Science And Social Research*, 2(2): 39-46, <https://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/viewFile/353/301>, diakses tanggal 14 November 2021.
- Devi, L. K. I. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee: Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya*.

- Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Dewi, S. N. dan Haryanto, A. T. 2021. “Peran Tampilan Produk, Keamanan dan Kemudahan Pada Keputusan Bertransaksi Menggunakan Jasa Pengiriman Shopee”, *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1):101-114, <https://docplayer.info/216321744-Peran-tampilan-produk-keamanan-dan-kemudahan-pada-keputusan-bertransaksi-menggunakan-jasa-pengiriman-shopee.html>, diakses tanggal 12 Mei 2022.
- Fitria, T. N. 2017. “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 3(1):52-62, <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/99/87>, diakses tanggal 12 Mei 2022.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., dan Fauziah, N. 2013. “Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang”, *Jurnal Psikologi*, 12(1): 57-68, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/8338>, diakses tanggal 31 Mei 2022.
- Fransisca dan Suyasa P.T.Y.S. 2005. “Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran”, *Jurnal Phronesis*, 7(2):172-199, <https://docplayer.info/69169132-Perbandingan-perilaku-konsumtif-berdasarkan-metode-pembayaran.html>, diakses tanggal 31 Mei 2022.
- Hamsinar, H. 2019. *Analisis Perlindungan Hak Konsumen terhadap Transaksi E-Commerce Menurut Hukum Islam dan Hukum Positif: Studi pada Shopee*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.
- Hardhika, R. E. B.; dan Huda, A. M. 2021. “Pengalaman Pengguna Pay Later Mahasiswa di Surabaya”, *the Commercium*, 4(2):19-32, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41291>, diakses tanggal 16 Maret 2022.
- Istiqomah, I.; Hidayat, Z.; dan Jariah, A. 2019. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang”, *E-Proceedings Progress Conference*, 2(1):557-563, <http://proceedings.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/progress>, diakses tanggal 17 November 2021.
- Iswiyanti, A. S. 2021. “Analisis Tingkat Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Gunadarma”, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2):391-396, <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/701>, diakses tanggal 14 November 2021.
- Juniar, A. M. dan Jusrianti. 2021. “Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Kota Makassar”, *Emik*, 4(1):37-51, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/850/742>, diakses tanggal 31 Mei 2022.
- Lailatul S, S.; Nofrianto, N.; dan Mutia, A. 2018. *Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan, Harga Jual Dan Kualitas Produk Belanja Online dan Belanja Secara Langsung (Offline) pada Mahasiswa Febi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*. Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi.
- Lestari, P.; dan Saifuddin, M. 2020. “Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid-19”,

*Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2):23-31, <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/301/250>, diakses tanggal 18 Mei 2022.

- Lestari, S.; Handayani, N. U.; dan Mahacandra, M. 2021. “The Influence Of Using Shopee Pay And Shopee Paylater Features On Shopee User Purchasing Decisions During The Covid- 19”, *Jurnal Teknik Industri*, 16(4):242-248, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/view/42656>, diakses tanggal 17 Maret 2022.
- Lisma, N.; dan Haryono, A. 2016. “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi: Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1):40-46, <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/viewFile/1621/904>, diakses tanggal 28 November 2021.
- Minanda, A.; Roslan, S.; dan Anggraini, D. 2018. “Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas halu oleo kendari. *Neo Societal*, 3(2):433-440, <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=538355&val=9084&title=PERILAKU%20KONSUMTIF%20BELANJA%20ONLINE%20PADA%20MAHASISWA%20FAKULTAS%20ILMU%20SOSIAL%20DAN%20ILMU%20POLITIK%20UNIVERSITAS%20HALU%20OLEO%20KENDARI>, diakses tanggal 30 Mei 2022.
- Monica, M. A. 2019. *Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Pay Later pada E-Commerce*. Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Octaviani, L. dan Sudrajat, A. 2016. *Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*. Disertasi Doktor, University of Surabaya. <https://media.neliti.com/media/publications/252448-fenomena-perilaku-belanja-online-sebagai-4013462c.pdf>, diakses tanggal 31 Mei 2022.
- Permata, S.; Haryanto, H.; dan Tompul, V. B. 2022. “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later”, *Jurnal Krisna Law*, 4(1):33-47. <http://fh-unkris.com/journal/index.php/krisnalaw/article/view/587/176>, diakses tanggal 17 April 2022.
- Prabasworo, M. 2017. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Rokok Elektrik*. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta.
- Prastiwi, I. E.; dan Fitri, T. N. 2021. “Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(1):425-432, <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1458/1060>, diakses tanggal 25 Desember 2021.
- Pujiati, H. 2021. “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Ketepatan Pembayaran Piutang Terhadap Pengendalian Internal Penjualan: Studi Pada Divisi Usaha Bharakerta Inkoppol”, *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3):115-133,

- <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/152>, diakses tanggal 17 Maret 2022.
- Putra, A. M. 2018. “Konsumerisme: ‘Penjara’ Baru Hakikat Manusia?”, *Societas Dei: Jurnal Agama dan Masyarakat*, 5(1):73-73, <https://societasdei.rcrs.org/index.php/SD/article/view/79/58>, diakses tanggal 12 Maret 2022.
- Putri, F.A. dan Iriani, S.S. 2020. “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Shopee Pay Later”, *Journal of Economics and Finance*, 8(3):818-828, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/8582>, diakses tanggal 25 November 2021.
- Putri, N. M. E. dan Andarini, S. 2022. P”engaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior pengguna Layanan Buy Now Pay Later”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 21(1):60-74. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/30594/11049>, diakses tanggal 30 Mei 2022.
- Rakhmawati, N. A.; Permana, A. E.; Reyhan, A. M.; dan Rafli, H. 2021. “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Jurnal Teknoinfo*, 15(1):32-37, <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/article/view/868>, diakses tanggal 19 Oktober 2021.
- Salsabella, E. 2020. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Shopee Pay Later*. Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo.
- Sari, C. A. 2015. *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Sheila, G. K. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Resiko Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Pekanbaru)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
- Sudjatmika, F. V. 2017. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia. Com. *Agora*, 5(1:1-7), <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227/4814>, diakses tanggal 15 Maret 2022.
- Utari, P.; Fitri, A.; Setyanto, E.; dan Henny, C. 2020. “Belanja On-line Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19: Modifikasi Perilaku Konsumen”, *Islamic Communication Journal*, 5(2):143-154, <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj>, diakses tanggal 30 September 2021.
- Wafa, A. K. 2020. “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Shopee Pay Later”, *Hukum Ekonomi Syariah (HES)*, Januari-Juni, 4(1):16-30, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/view/3588>, diakses tanggal 22 Februari 2022.