

EKSISTENSI PEMANFAATAN PENGGUNAAN FITUR S-PINJAM PADA MARKETPLACE SHOPEE DILIHAT DARI ASPEK PERILAKU KONSUMEN DAN HUKUM

Ozzy Kurnia¹, Luqmanul Hakim², Fauzi Yati³.

¹UIN Imam Bonjol Padang, Indonesia

²UIN Imam Bonjol Padang, Indonesia

³UIN Imam Bonjol Padang, Indonesia

Kurniaozzy5@gmail.com

ABSTRACT Technological developments have had a major impact on online-based fund lending services, so that many online lending platforms have emerged that are combined in one marketplace, such as the s-borrow feature. Behind the convenience and practicality offered, not a few consumers use this online loan product unwisely, even though these online loans contain high interest rates but are loved by consumers. The purpose of this study is to determine the behavioral tendencies of marketplace shopee consumers on the s-borrow feature, to determine the factors that influence the behavioral tendencies of the marketplace shopee consumer behavior on the s-borrow feature and to determine the ethics of Islamic consumption behavior on consumer behavior in the marketplace shopee on the s-feature borrow. The data used are primary data and secondary data. The data obtained is processed using data presentation in the form of reduction, display, and verification. The research resulted in the following conclusions. First, the tendency of consumer behavior towards the s-borrow feature is based on fulfillment of needs, convenience, trust, fast disbursement and payment tenor per month. Consumers underlie these loans because there is no quick solution for getting money loans. Second, the factor that influences consumer behavior towards the s-borrow feature is the technology factor. Third, the ethics of Islamic consumption behavior towards marketplace shopee consumer behavior on the s-borrow feature includes israf and tabzir behavior, the law of its use is makruh.

KEYWORDS Consumer Behavior 1 ; S-borrow Feature 2.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi telah membawa dampak dan pengaruh yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Kemudahan dalam menjalankan kegiatan merupakan keuntungan yang didapatkan manusia dengan adanya perkembangan tersebut. Salah satunya adalah adanya kemudahan dibidang finansial melalui pinjaman online. Kehadiran pinjaman online sebagai salah satu bentuk financial technology (fintech) merupakan dampak dari adanya kemajuan teknologi yang banyak menawarkan pinjaman dengan syarat dan ketentuan lebih mudah, ringan dan fleksibel jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional seperti bank atau koperasi (Akbar 2021, 771).

Teknologi financial technology (fintech) berkembang pesat seiring kemajuan teknologi internet. Berbekal internet, setiap orang bisa mengakses berbagai macam situs dan aplikasi yang dapat digunakan untuk mempermudah kehidupannya. Layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi merupakan salah satu penyelenggara jasa keuangan yang mempertemukan antara pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman yang

memanfaatkan media elektronik dengan menggunakan teknologi jaringan internet (Widjaja 2022, 89-93).

Kehadiran era digital 4.0 ditandai dengan masuknya digitalisasi dalam aktivitas kehidupan masyarakat. Hal yang paling sederhana dilihat dari perubahan ini adalah maraknya penggunaan smartphone/gadget. Dengan adanya hal tersebut berbagai aktifitas penting saat ini dapat dilakukan melalui one touch, termasuk aktivitas keuangan. Pinjaman online merupakan produk yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan non bank yang saat ini marak di masyarakat. Pinjaman online ini merupakan aktivitas keuangan, produk dari kemajuan teknologi di era digital 4.0. Pinjaman online merupakan bagian dari inovasi di sektor keuangan atau sering disebut dengan fintech. Syarat yang begitu mudah untuk mendapatkan akses pinjaman keuangan, membuat berbagai lapisan masyarakat dapat terbantu dengan adanya hal tersebut (Savitri, Syahputra, Hayati, Rofizar 2021, 116).

Di Indonesia layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Berdasarkan POJK No. 77/POJK.01/2016, yang dimaksud dengan Layanan Pinjam Meminjam Uang

Berbasis Teknologi Informasi adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (Pasal 1 angka 3 POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi).

Pinjaman dana berbasis 1 muncul sebagai dampak dari dua hal utama, yaitu jangkauan perusahaan penyedia pinjaman konvensional yang terbatas karena persyaratan yang ketat, seperti adanya riwayat pinjaman, yang berdampak pada terbatasnya akses terhadap pinjaman. Selanjutnya yaitu produk perbankan yang tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang meningkat (Darmawan, diakses 22 Januari 2022).

Disamping hal itu tak heran sekarang banyak bermunculan berbagai platform pinjaman online yang tergabung dalam satu marketplace. Perlu diketahui bahwa marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan bahwa marketplace adalah department store online, seperti contohnya Shopee.id (Mubarok, diakses 22 Januari 2022).

Shopee merupakan sebuah aplikasi Mobile yang resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee Internasional Indonesia, Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan sampai sekarang, aplikasi ini sudah di download oleh lebih dari jutaan pengguna. Aplikasi ini merupakan wadah belanja online yang lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung diponselnya. Platform ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pinjaman yang terintegritas dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman dan praktis (Wikipedia, diakses 22 Januari 2022).

Salah satu fitur yang menarik dari platform Shopee ini yaitu S-pinjam atau Shopee Pinjam. S-pinjam yaitu produk pinjaman uang tunai melalui platform E-Commerce Shopee. S-pinjam ini merupakan kerjasama antara Shopee selaku platform penyedia dengan PT LENTERA DANA NUSANTARA selaku pemberi dana. S-pinjam sendiri merupakan fitur perpanjangan dari Shopee PayLater yang terlebih dahulu ada. S-pinjam dibedakan menjadi 2 jenis yaitu S-Pinjam untuk penjual dan S-Pinjam untuk pembeli. Keduanya memiliki cara pengaktifan dan penggunaannya yang sama, hanya berbeda pada peruntukannya saja. (Kredi, diakses pada 22 Januari 2022).

Menurut wawancara penulis dengan Pratama, menyebutkan bahwa kehadiran fitur S-Pinjam menjadi daya tarik tersendiri dalam melakukan transaksi pinjaman online. Pengajuan pinjaman yang tidak membutuhkan waktu yang lama menjadikan alasan dalam menjatuhkan pilihan pada fitur S-Pinjam ini (Pratama, 23 Januari 2022).

Menurut wawancara penulis dengan Fiky, menyebutkan bahwa penggunaan dari fitur ini awalnya hanya sekedar mencoba melihat-lihat saja, Ada suatu kondisi yang sifatnya darurat pada saat itu yang mana sangat membutuhkan pinjaman uang. Dari sana mulai tertarik untuk memanfaatkan fitur dari S-Pinjam (Fiky Ardiansyah, 15 Maret 2022).

Kehadiran dari fitur S-pinjam dalam menawarkan produk keuangan berbasis digital seakan membuka pintu baru bagi masyarakat yang ingin mengajukan pinjaman. Berbanding terbalik dengan layanan pinjaman konvensional yang ditawarkan bank atau koperasi, S-Pinjam menawarkan produk pinjaman peer to peer lending (P2P Lending) atau pinjaman online yang dapat diajukan dengan sangat mudah dan tanpa persyaratan yang rumit. Karena kemudahan dan kecepatannya itulah, S-Pinjam menjadi populer dikalangan berbagai generasi dan diprediksi akan terus berkembang. Pinjaman yang langsung cair dalam waktu kurang dari 24 jam, membuat fitur ini begitu cepat dalam meraih popularitas dan semakin gandrung dimanfaatkan oleh masyarakat berbagai kalangan. Sayangnya, di balik kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan, tak sedikit orang yang memanfaatkan produk pinjaman online ini dengan tidak bijak. Padahal, pinjaman online memiliki tingkat suku bunga yang cenderung tinggi.

Pinjam meminjam bagi seorang muslim merupakan hal yang mubah, namun memiliki konsekuensi yang dalam terhadap keimanan seseorang. Sebagai seorang muslim, orang beriman memiliki tanggung jawab terhadap keimanan yang dimilikinya dengan menjalankan aturan-aturan agama yang terangkum dalam syaria Islam. Kualitas keimanan seseorang akan teruji dengan menggantungkan segala aktifitas yang dilakukan kepada al-Quran dan Hadits sebagai sumber pedoman hidup, termasuk dalam hal pengelolaan harta, yang mana syaria melarang pengambilan manfaat dari pinjaman. Adanya syaria sangat berpengaruh bagi kehidupan seorang muslim, karena syaria adalah aturan hidup yang ditujukan untuk mengatur manusia di dunia, demi mewujudkan keseimbangan dunia dan akhirat (Rifa'i 2020, 105).

Pada hakikatnya, Islam sangat memahami bahwa orang yang berhutang adalah orang yang membutuhkan, oleh karena itu harus dibantu, bukan untuk dibebani dengan tambahan keuntungan yang akan didapat oleh pemilik modal. Dalam syaria dinyatakan bahwa dalam meraih kemaslahatan

seseorang harus dapat menolak segala kerusakan yang dapat merugikan bagi dirinya dan orang lain, yaitu agar menjadi rahmatan lil 'alamin bagi kehidupan umat manusia. Kehadiran fintech dalam keuangan, hendaknya harus sejalan dengan tujuan syariah, yaitu terwujudnya atau tercapainya suatu kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat (Djakfar 2017, 126).

Jelas disebutkan bahwa dalam pinjaman uang berbasis online ini didalamnya terdapat unsur riba, namun pada prakteknya banyak dari konsumen yang tertarik kepada pemanfaatannya. Sehingga melirik perhatian peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai kecenderungan konsumen dalam memanfaatkan atau menggunakan fitur yang ditawarkan tersebut, dengan judul "Eksistensi Pemanfaatan Penggunaan Fitur S-Pinjam Pada Marketplace Shopee dilihat dari Aspek Perilaku Konsumen dan Hukum Islam. Adapun yang menjadi pertanyaan penelitiannya adalah Bagaimana kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam, Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam dan etika perilaku konsumsi Islam terhadap perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam. Dalam penelitian ini, penulis melakukan studi literatur dengan cara meneliti atau menelaah karya-karya ilmiah yang ditulis orang lain. Sejauh pengamatan penulis ada sebuah karya ilmiah dalam bentuk skripsi antara lain ;

Budi Putri Utami Bp 1706200246 Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Berjudul Praktek Kredit Barang Melalui Shopee PayLater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Hasil penelitiannya adalah menurut ketentuan Hukum Ekonomi Islam praktek kredit melalui shopee paylater dari marketplace shopee termasuk kedalam jual beli kredit yang diperbolehkan akan tetapi harus terpenuhi rukun dan syarat sahnya jual beli, dalam prakteknya ada syarat yang tidak terpenuhi yaitu kejelasan akad serta besarnya bunga yang diterima pengguna sehingga dapat menimbulkan unsur penipuan (gharar). Praktek kredit shopee paylater dari marketplace shopee jika dilihat dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata jual beli lahir karena adanya perikatan. Perikatan adalah hubungan hukum antara dua pihak dalam hal ini dapat disebutkan, bahwa pihak yang menuntut disebut kreditur (pihak berpiutang) atau dalam shopee paylater disebut sebagai pengguna dan pihak yang berkewajiban untuk prestasi disebut debitur (pihak berhutang) dalam kredit shopee paylater adalah pihak shopee itu sendiri. Dalam jual beli kredit harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan baik ditinjau dari Hukum Ekonomi Islam dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata harus terpenuhi serta diketahui waktunya oleh kedua belah pihak, karena ketidak jelasan waktu dapat menjadi perselisihan di kemudian hari.

Reka Lusiana Dewi, Bp 14119164 Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Metro. Berjudul Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Fasilitas Wi-fi Pada Cafe Borwn Coffee Metro. Hasil penelitiannya adalah perilaku konsumen yang menggunakan fasilitas Wi-fi di Cafe Brown Coffee Metro banyak digunakan untuk kesenangan sesaat, yaitu bermain game online membuka sosial media seperti youtube, instagram, facebook dan lain sebagainya, selama berjam-jam tanpa memikirkan manfaat dari penggunaan fasilitas Wi-fi. Adapun perilaku konsumen yang menzalimi konsumen lain dengan melakukan kecurangan dalam menggunakan Wi-fi untuk mendapatkan koneksi yang kuat. Perilaku konsumen tersebut merupakan perbuatan yang tidak diperbolehkan dalam Islam karena merugikan orang lain.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dibahas dalam bentuk karya ilmiah di atas, maka penelitian yang peneliti lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu dari segi objek, fitur dan teori yang digunakan serta memiliki unsur kebaharuan, karena kehadiran dari fitur s-pinjam masih yang terbilang baru namun telah meraih popularitas dikalangan konsumen akan pemanfaatan serta penggunaannya sehingga melirik perhatian peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai alasan konsumen memilih penggunaan fitur s-pinjam dibandingkan dengan layanan pinjaman lainnya yang mana hal ini sejalan dengan apa yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam, Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam dan untuk mengetahui etika perilaku konsumsi Islam terhadap perilaku ktonsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam.

METODE

Untuk menyelesaikan penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut yaitu penelitian lapangan (field research) yang bersifat kualitatif. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. wawancara dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2018, 8). Adapun alasan dalam memilih teknik ini karena teknik purposive sampling digunakan untuk mendapatkan informan yang memang menggunakan fitur s-pinjam. Data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan skripsi. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan penyajian data dalam bentuk reduction, display, dan verification.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Kecenderungan Perilaku Konsumen Marketplace Shopee Pada Fitur S-Pinjam.

Kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam didasari oleh pemenuhan kebutuhan dari masyarakat itu sendiri, kebutuhan pendidikan sekolah anak dan kebutuhan-kebutuhan lainnya yang bersifat mendesak. Konsumen mendasari peminjaman tersebut dikarenakan tidak ada lagi jalan alternatif atau solusi yang cepat dalam mendapatkan pinjaman uang pada saat itu juga. Konsumen mengesampingkan masalah pengaturan bunga yang tinggi dari apa yang telah mereka ketahui terhadap fitur s-pinjam. Selain itu yang menjadi kecenderungan perilaku konsumen pada fitur s-pinjam adalah karena adanya kemudahan dalam mengajukan pinjaman uang, dimana konsumen tertarik untuk meminjam hal ini dikarenakan angsuran atau tenor pembayaran per bulan sehingga membuat masyarakat yang menggunakan atau memanfaatkan fitur s-pinjam ini tidak terlalu keberatan dalam membayarnya. Selain itu pencairan dananya yang cepat serta tidak membutuhkan banyak syarat yang dijadikan sebagai jaminan pinjaman dan pengaksesan fitur yang mudah untuk dipahami menjadi kecenderungan konsumen dalam menggunakan fitur s-pinjam.

Selanjutnya yang menjadi kecenderungan konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam adalah karena kepercayaan. Kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap kecenderungan terhadap minat penggunaan. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam aktivitas transaksi yang dilakukan secara online. Transaksi pinjam meminjam uang pada fitur s-pinjam adalah transaksi yang dilakukan dengan tidak mempertemukan antara peminjam dan penyedia layanan. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi utama dalam dunia kredit. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara penyedia dengan peminjam adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya, dan loyalitas. Dalam hal ini konsumen marketplace shopee mempercayai sepenuhnya akan keamanan data yang diberikan sebagai jaminan persyaratan pinjaman tersebut hal ini juga diperkuat dengan adanya pernyataan dari pihak shopee itu sendiri yang menyatakan bahwasannya layanan pinjaman uang pada fitur s-pinjam merupakan layanan resmi serta aman dan diawasi langsung oleh OJK. Selanjutnya terkait dengan jaminan keamanan lainnya pihak shopee memberikan keterangan melalui gambar berikut :

Gambar 1.
Jaminan Keamanan Pihak Shopee



Sumber : Dokumentasi yang penulis *screenshot* dari laman Shopee.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Marketplace Shopee

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam yaitu faktor kebudayaan, pada setiap kelompok masyarakat pasti memiliki budaya, dimana budaya tersebut bisa digunakan sebagai aturan, kebiasaan dan ciri khas suatu kelompok masyarakat. Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku lembaga – lembaga penting lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh yang paling luas pada tingkah laku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam. Dalam faktor kebudayaan terdapat komponen yang berpengaruh yaitu kelas sosial. Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang sama atau seimbang dalam masyarakat. Jika dilihat pada prakteknya, masyarakat yang memanfaatkan atau menggunakan fitur s-pinjam cenderung memiliki pekerjaan yang hampir sama. Sebagian besar konsumen yang menggunakan atau memanfaatkan fitur s-pinjam bekerja sebagai karyawan swasta hal ini dapat dibuktikan dengan apa yang penulis temukan di lapangan. Berangkat dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menggunakan atau memanfaatkan fitur s-pinjam ini memiliki kondisi kehidupan yang sama dan juga tergabung dalam satu kelompok kelas sosial yang sama pula. Dibuktikan dengan adanya tujuan guna mendapatkan pinjaman uang dengan harapan dapat menutupi atau mencukupi kebutuhan hidupnya.

Selain adanya faktor budaya, juga terdapat faktor sosial yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam yaitu kelompok acuan. Perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam umumnya dipengaruhi oleh individu satu dengan individu lainnya, dalam hal penggunaan atau pemanfaatan fitur

s-pinjam, konsumen mengetahui adanya fitur tersebut dari adanya interaksi antar individu satu dengan yang lainnya antar konsumen dengan lingkungannya atau kelompok yang terdekat dengan individu atau konsumen tersebut, seperti teman, rekan kerja bahkan saudara. Latar belakang seorang konsumen mengetahui adanya fitur s-pinjam ini juga didasari oleh adanya persamaan situasi dan kondisi yang membuat mereka berhutang. Teman yang telah dahulu mengetahui atau memanfaatkan fitur s-pinjam ini secara spontan dalam melihat kondisi sesama temannya juga sangat butuh pinjaman uang maka langsung merekomendasikan akan penggunaan dari s-pinjam ini kepada temannya tersebut. maka dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jelas faktor sosial yang didalamnya terdapat kelompok acuan yang menjadi pengaruh dari faktor tersebut jelas akan praktek teorinya di lapangan bahwa pengaruh dari adanya interaksi akan sesama kelompok dalam hal ini teman, rekan kerja bahkan saudara benar adanya.

Faktor psikologis sangat berkaitan erat dengan hal-hal yang terdapat pada diri konsumen dan sangat berpengaruh kepada keputusan konsumen dalam melakukan suatu tindakan, yang berujung kepada penggunaan. Adapun dalam faktor psikologis ini ada beberapa komponen yang menjadi pengaruhnya yaitu kebutuhan. Adapun yang menjadi kecenderungan pertama dari konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam sesuai dengan hasil yang didapatkan pada pembahasan pertanyaan penelitian sebelumnya yaitu karena adanya pemenuhan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Menurut teori Maslow menyebutkan bahwa manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhannya yang lebih tinggi lainnya. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul dan begitulah seterusnya. Jika dilihat dari prakteknya terhadap teori tersebut jelas bahwa apa yang di ungkapkan oleh teori tersebut benar, karena masyarakat yang melakukan peminjaman pada dasarnya mereka meminjam untuk memenuhi kebutuhan pendukung lainnya. Jika dilihat segi pemenuhan kebutuhan dasar, mereka tidak ada masalah terkait dengan hal itu, yang membuat mereka sampai melakukan peminjam online dalam hal ini fitur s-pinjam didasari oleh adanya desakan kebutuhan-kebutuhan lainnya yang sifatnya lebih tinggi dari kebutuhan dasar tersebut seperti kebutuhan pendidikan serta kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Selanjutnya, adapun yang menjadi pengaruh dari pembentukan faktor psikologis ini yaitu karena adanya motivasi. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Motivasi juga dapat diartikan sebagai daya dorong yang muncul pada diri seseorang konsumen yang mempengaruhi akan keputusan konsumen itu sendiri dalam memanfaatkan penggunaan suatu layanan jasa, dalam hal ini yaitu fitur s-pinjam. Jika dilihat dilihat pada pembahasan

pertanyaan penelitian sebelumnya terkait dengan kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam, jelas menurut hasil penelitian yang penulis dapatkan tersebut menyatakan bahwa yang menjadi kecenderungan perilaku konsumen dalam menggunakan fitur s-pinjam ini didasari oleh adanya kemudahan akan pengaksesan serta tidak menuntut banyak syarat yang dijadikan sebagai jaminan hutang ditambah lagi dengan angsuran pembayaran per bulan serta pencairan pinjaman yang cepat. Berangkat dari hal tersebut, maka jelas terlihat bahwa minat konsumen terhadap pemanfaatan fitur s-pinjam ini nampak, yang mana dari minat tersebut akan berpengaruh kepada yang namanya motivasi dari konsumen dalam menjatuhkan keputusannya untuk tetap menggunakan layanan jasa pinjaman uang yang ada pada fitur s-pinjam dengan tujuan utama yaitu untuk mendapatkan sejumlah pinjaman uang.

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten, termasuk keputusan dalam melakukan tindakan yang berhubungan dengan transaksi dalam hal ini yaitu fitur s-pinjam yang terdapat pada marketplace shopee. Keputusan seseorang dalam melakukan transaksi penggunaan layanan jasa pinjaman online pada fitur s-pinjam dipengaruhi oleh gaya hidup. Konsumen dengan latar belakang gaya hidup yang berbeda memiliki kecenderungan berbeda pula dalam berperilaku akan penggunaan layanan jasa pinjaman online dalam hal ini fitur s-pinjam. Ada beberapa konsumen yang hanya menggunakan atau melakukan pemanfaatan akan penggunaan ,fitur s-pinjam ini hanya untuk memenuhi standar pemenuhan kebutuhan dari gaya hidupnya. Jika dilihat dalam konsep gaya hidup yang menjadi pengaruh dari pembentukan faktor pribadi ini, menjelaskan bahwasannya gaya hidup itu merupakan pola kehidupan dari seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas yang dilakukan seperti adanya yang telah menjadi hobi atau minat yang menjadi tingkah laku dari konsumen itu sendiri atau dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam menghabiskan waktu dan uangnya dalam menampilkan pola kehidupannya tersebut ke dunia. Dilihat pada fakta yang terjadi di lapangan terkait dengan apa yang dipaparkan teori tersebut benar, hal ini dapat dilihat dari beberapa pernyataan yang diungkapkan oleh konsumen di atas terkait dengan pemanfaatan atau penggunaan fitur s-pinjam bahwa sebahagian konsumen hanya memanfaatkan fitur s-pinjam ini guna untuk mementingkan apa yang menjadi gaya hidupnya yang hedonis dan konsumtif, semata hal ini dipengaruhi oleh lingkungan seperti ikut-ikutan teman serta keinginan tanpa memperhatikan apakah itu menjadi sebuah kebutuhannya atau tidak dengan alasan mengikuti adanya perkembangan zaman.

Selanjutnya yang menjadi pengaruh dari pembentukan faktor sosial ini yaitu umur. Dalam

melakukan transaksi pembelian atau penggunaan jasa, dalam hal ini jasa pinjaman uang yang terdapat pada marketplace shopee pada fitur s-pinjamnya bahwa dalam pemanfaatannya akan dipengaruhi oleh umur. Karena umur mempengaruhi tingkat dari kebutuhan seseorang. Adapun rata-rata usia konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam adalah 21 – 30 tahun. Jika dilihat dari rentang usia konsumen yang menggunakan fitur s-pinjam ini dapat disimpulkan bahwasannya usia tersebut tergolong kepada usia produktif, dimana pada saat usia tersebut konsumen dituntut dengan adanya tuntutan akan pemenuhan dari kebutuhan yang banyak, baik itu yang terlepas dari yang sebenarnya menjadi kebutuhan hidup atau hanya sekedar menjadi gaya hidup. Selanjutnya adapun yang mempengaruhi dari pembentukan faktor pribadi ini yaitu pekerjaan. Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi akan keputusannya dalam menggunakan suatu layanan jasa, dalam hal ini yaitu layanan jasa pada fitur s-pinjam.

Tabel 1.

Data Pekerjaan Konsumen

No	Data Pekerjaan Konsumen	Jumlah
1	Karyawan	18
2	Pedangan	2
3	Ibu Rumah Tangga	1
4	Mahasiswa	3

Sumber : Observasi Penulis

Maksud dari tabel 4.1 adalah bahwasannya mayoritas konsumen yang memanfaatkan akan penggunaan fitur s-pinjam ini yaitu didominasi oleh karyawan.

Selanjutnya faktor teknologi, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Adanya layanan pinjaman berbasis online, membuktikan sesuatu yang dulunya dianggap tidak mungkin atau sulit dilakukan kini benar-benar ada, jika dahulu manusia berfikir, mana mungkin ada pinjaman berbasis digital tanpa langsung bertemu. Jika pinjaman langsung yang dilakukan dengan beberapa tahap seperti survei, adanya jaminan, dan perjanjian bermaterai saja masih memungkinkan adanya kegagalan pembayaran. Teknologi sangat berpengaruh kepada keputusan seorang konsumen dalam menggunakan suatu layanan berbasis digital atau online seperti fitur s- pinjam yang terdapat pada marketplace shopee ini.

Perkembangan teknologi menjadikan apa saja kegiatan yang dilakukan oleh konsumen menjadi mudah salah satunya kemudahan yang ada didalam bidang financial, dari 24 informan yang penulis teliti adapun faktor dominan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor teknologi. Faktor teknologi hadir sebagai adanya dampak dan pengaruh yang besar bagi kehidupan konsumen. Adanya kemudahan dalam menjalankan

kegiatan merupakan keuntungan yang didapat dari adanya perkembangan dari faktor teknologi tersebut. Sama halnya dengan pinjaman online pada fitur s-pinjam, rata-rata dari konsumen memanfaatkan akan adanya fitur s-pinjam ini mereka berlalih dari penggunaan pinjaman sebelumnya, baik itu di koperasi ataupun di bank sekalipun dikarenakan banyak syarat yang dijadikan sebagai jaminan pinjaman. Pinjaman uang berbasis online muncul sebagai dampak dari dua hal utama yaitu ketatnya untuk hal persyaratan serta tidak dapatnya memenuhi kebutuhan dari konsumen yang semakin hari semakin meningkat. Maka dengan adanya faktor teknologi yang sekan menjadi pondasi bagi konsumen dalam memenuhi tingkat kebutuhannya membuat konsumen tersebut harus terjun langsung dari apa yang menjadi pengaruh dari adanya faktor teknologi itu sendiri yaitu dengan melaukan pemanfaatan akan penggunaan layanan fitur s-pinjam.

Etika Perilaku Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Marketplace Shopee Pada Fitur S-Pinjam

Analisis penelitian ini memakai teori etika perilaku konsumsi Islam. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak adanya kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi, oleh karena itu kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan sekaligus tugas dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak pada dirinya, artinya manusia dilarang untuk berlebih-lebihan dalam hal konsumsi (Hakim, 2012, 87).

Konsumsi yang berlebih lebihan, merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan israf (pemborosan) atau tabzir (menghambur-hamburkan harta). Tabzir berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuaipan, hal-hal yang melanggar hukum. Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang. Diantara etika konsumsi dalam Islam, yaitu: Menggunakan Harta secukupnya, Memiliki harta untuk disimpan, diperbanyak, lalu dihitung-hitung adalah tindakan yang dilarang merupakan penyimpangan petunjuk Tuhan. Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan berhenti. (Qardhawi 1997, 138).

Selanjutnya yang menjadi etika konsumsi dalam Islam, yaitu membelanjakan harta pada bentuk yang

dihalalkan, Islam mewajibkan setiap orang dalam membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnannya di jalan Allah. Dengan kata lain, Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Artinya menganjurkan kepada konsumen untuk bersikap secara sederhana, karena harta yang mereka gunakan akan dipertanggungjawabkan di hari perhitungan. (Qardhawi 1997, 148).

Selanjutnya, Islam juga mendorong dan memberikan kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Senada dengan hal itu Abu al-A'la al-Maududi menjelaskan Islam menutup semua jalan bagi manusia untuk membelanjakan harta yang mengakibatkan kerusakan akhlak di tengah masyarakat, seperti judi yang hanya memperturutkan hawa nafsu. (Rozalinda 2017, 108).

Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi tersebut melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap israf dan tidak disenangi dalam Islam. Islam memberikan sikap yang tegas untuk budaya konsumerisme, yaitu pelarangan terhadap sesuatu yang berlebih-lebihan, dan tidak mendatangkan manfaat. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsinya (Rozalinda 2017, 97).

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (utility) dalam kegiatan konsumsinya. Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang/jasa. Dalam teori konvensional, kepuasan (utility) digambarkan seperti memiliki barang atau jasa untuk memuaskan keinginan manusia. Kepuasan ditentukan secara subjektif, tiap individu mencapai kepuasannya menurut ukuran dan kriterianya masing-masing (Ghofur 2020, 124-125).

Hal ini tentu berbeda dengan konsumsi dalam perspektif Islam yang menekankan pada aspek kemanfaatan, keberkahan dan kemaslahatan. Manfaat berkah dan masalah hanya akan diperoleh ketika prinsip dan nilai-nilai Islam bersama-sama diterapkan dalam perilaku ekonomi. Jika hanya prinsip saja yang dilaksanakan maka akan menghasilkan manfaat

duniawi semata. Sementara itu, keberkahan akan muncul ketika dalam kegiatan ekonomi konsumsi disertai dengan niat dan perbuatan yang baik, seperti menolong orang lain, bertindak adil dan sebagainya. (Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam dan BI 2012, 134).

Teori nilai guna (utility) apabila dianalisis dari teori masalah, kepuasan bukan didasarkan atas banyaknya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas baik atau buruknya sesuatu itu terhadap diri dan lingkungannya, jika mengonsumsi sesuatu mendatangkan kemafsadatan pada diri atau lingkungan maka tindakan itu harus ditinggalkan sesuai dengan kaidah menolak segala bentuk kemudaratatan lebih diutamakan dari pada menarik manfaat. Bila dalam mengonsumsi sesuatu kemungkinan mengandung mudarat atau masalah, maka menghindari kemudaratatan harus lebih diutamakan, karena akibat dari kemudaratatan yang ditimbulkan mempunyai akses yang lebih besar dari pada mengambil sedikit manfaat. Masalah dalam ekonomi Islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas Muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Seorang konsumen Muslim mempunyai keyakinan, bahwasannya kehidupan tidak hanya di dunia tetapi akan ada kehidupan di akhirat kelak. Imam Asy-Syathibi mengatakan, bahwa kemaslahatan manusia dapat terealisasi apabila lima unsur pokok dapat diwujudkan dan dipelihara, diantaranya, Agama(ad-din), Jiwa(an-nafs), Akal(al-aql), Keturunan(an-nasl), Harta(al-mal). Semua pemenuhan kebutuhan barang dan jasa adalah untuk mendukung terpeliharanya kelima unsur pokok tersebut. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia, tetapi juga kesejahteraan di akhirat. Dalam pemenuhan kebutuhan kelima unsur pokok tersebut tentu harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam. Mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai kepuasan maksimal adalah prinsip konsumsi yang diajarkan disamping itu, kegiatan konsumsi akan membawa keberkahan bagi konsumen jika, barang yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram, barang yang dikonsumsi tidak secara berlebihan, dan barang yang dikonsumsi didasari oleh niat untuk mendapatkan ridho Allah SWT (Ghofur 2017, 79).

Menurut perspektif Islam persyaratan dari adanya tingkatan konsumsi itu dibagi atas tiga tahapan yaitu daruriyyat, hajiyyat dan tahsiniyyat (Rozalinda, 2017, 104).

Daruriyyat merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan di akhirat, yaitu mencakup terpeliharanya lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, keyakinan atau agama, akal atau intelektual, keturunan dan keluarga serta harta benda. Jika tujuan daruriyyat diabaikan, maka tidak akan ada kedamaian, yang timbul adalah kerusakan (fasad) di dunia dan kerugian yang nyata di akhirat.

Hajiyyat merupakan memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi melainkan menghilangkan kesempitan dan berhati-hati terhadap lima hal pokok tersebut.

Tahsiniyyat, syariah menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Terdapat beberapa provisi dalam syariah yang dimaksudkan untuk mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dan simplifikasi dari daruriyyat dan hajiyyat.

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi konvensional dengan Islam adalah menyoroti masalah need (kebutuhan) dengan want (keinginan). Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan, yakni kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spritual, intelektual, maupun material. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. (Rozalinda 2017, 104)

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan, dimana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif konvensional kebutuhan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka maqasid syari'ah (tujuan syariah). Tujuan syariah Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (masalah al-'ibad). Oleh karena itu, semua barang dan jasa yang dimiliki masalah akan dikatakan menjadi kebutuhan manusia. (Zainur 2017, 34).

Kebutuhan (need) manusia meliputi fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial, serta kebutuhan individu akan pengetahuan, dan suatu keinginan untuk mengekspresikan diri. Dari sifatnya, dalam pandangan ekonomi, kebutuhan (need) manusia itu terdiri dari kebutuhan-kebutuhan primer seperti pangan sandang, dan papan, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier. Pada dasarnya, aktivitas ekonomi berasal dari kebutuhan fisik manusia agar tetap survive dalam hidupnya. Adanya kebutuhan untuk mempertahankan hidup memunculkan interaksi antara manusia dengan sesamanya. Dalam interaksi ini kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki sesuatu bisa muncul karena faktor kebutuhan (need) ataupun keinginan (want). Kebutuhan (need) biasanya terkait dengan sesuatu yang harus dipenuhi agar sesuatu berfungsi secara sempurna. Need (kebutuhan) didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Dalam perspektif ekonomi Islam, semua barang dan jasa yang membawa pengaruh pada

kemaslahatan disebut dengan kebutuhan manusia (Rozalinda 2017, 105).

Keinginan (want) adalah sesuatu yang terkait dengan hasrat atau harapan seseorang, jika terpenuhi belum tentu meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun sesuatu. Ia terkait dengan suka atau tidaknya sukanya seseorang terhadap suatu barang atau jasa. Keinginan itu biasanya lebih bersifat subjektif, tidak bisa dibandingkan antara satu orang dengan orang lainnya. Keinginan (want) merupakan bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas, tetapi sumber dayanya terbatas. Jadi, mereka akan memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk uang yang dimilikinya. Dengan keinginan dan sumber daya yang dimiliki manusia menciptakan permintaan akan produk dengan manfaat yang memuaskan. (Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam 2008, 130)

Keinginan dalam perspektif Islam ditentukan oleh konsep masalah. Menurut Islam, semua barang dan jasa yang mempunyai masalah dikatakan sebagai kebutuhan. Masalah ialah kepemilikan atau kekuatan barang atau jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini dan perolehan pahala untuk kehidupan akhirat. Dalam Islam, suatu kebutuhan itu sejalan dengan tujuan hidup untuk memperoleh kebahagiaan di dunia maupun mendapat pahala guna kehidupan akhirat (Ghofur 2020, 122).

Kebutuhan adalah suatu keinginan manusia untuk memperoleh barang dan jasa. Kebutuhan juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang diperlukan manusia, dalam bentuk barang dan jasa, untuk mensejahterakan hidupnya. Kebutuhan setiap manusia sangat beragam dan tidak terbatas jumlahnya, karena itu sudah menjadi kodrat atau hakikat dari manusia yang akan selalu merasa kekurangan, tidak akan pernah merasa puas. Setelah salah satu kebutuhannya terpenuhi, akan muncul keinginan-keinginan lain dalam diri manusia. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Setelah salah satu kebutuhannya terpenuhi, akan muncul keinginan-keinginan lain dalam diri manusia. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna.

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spritual, intelektual maupun materil. Dalam pandangan Islam, pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan. Akan tetapi, jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya

akan memberikan manfaat saja. Sebaliknya, jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saya yang sifatnya relatif. (Ghofur 2020, 122-123)

Konsep wants (keinginan) adalah konsep yang bebas nilai, sedangkan konsep needs adalah konsep yang tidak bebas nilai. Dalam hal ini, Islam tidak mendorong kepada manusia untuk mengikuti keinginannya, tetapi mendorong untuk menahan dan mengendalikan keinginan tersebut setidaknya dengan adanya syariat tentang puasa. Disisi lain, Islam mendukung manusia untuk memenuhi kebutuhan yang didasarkan tuntutan syariah. Akan tetapi, hasrat (wants) yang memiliki masalah atau manfaat di dunia dan di akhirat dapat dikategorikan sebagai needs (kebutuhan). (Agustino 2013, 73)

Jika dilihat etika perilaku konsumsi yang terdapat pada konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam, bahwa sebahagian konsumen ada yang memanfaatkan akan penggunaan fitur s-pinjam ini dengan tujuan benar-benar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan ada juga yang hanya memanfaatkan fitur s-pinjam ini untuk memenuhi gaya hidupnya.

Jika dilihat satu persatu dari adanya beberapa tingkatan konsumsi di atas maka ada sebagian kecil dari perilaku konsumen yang menggunakan atau memanfaatkan fitur s-pinjam ini tergolong kepada kelompok hajiyyat namun sebahagian besar lainnya tergolong kepada kelompok tahsiniyyat. Dilihat dari konsumen yang tergabung dalam penggunaan atau pemanfaatan fitur s-pinjam pada kelompok hajiyyat, konsumen memanfaatkan atau menggunakan fitur s-pinjam ini sebagai penunjang dari adanya kebutuhan pendidikan seperti, pembayaran sekolah anak ataupun pembayaran uang kuliah. Sedangkan jika dilihat dari sebahagian besar konsumen yang tergabung dalam kelompok tahsiniyyat alasan dari menggunakan atau memanfaatkan adanya fitur s-pinjam ini hanya sebagai pemenuhan dari keinginan, bukan dasar dari adanya kebutuhan yang benar benar darurat, seperti adanya sifat lapar mata dalam melihat apa saja yang menarik bagi dirinya padahal sebetulnya hal tersebut tidak menjadi sebuah kebutuhan bagi dirinya akan tetapi hanya menjadi sebuah keinginan saja akan memperoleh barang tersebut walau sekalipun cara yang digunakan dalam mendapatkannya dengan berhutang.

Dalam etika perilaku konsumsi Islam adanya perintah untuk menjauhi berhutang karena setiap muslim dianjurkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluaran agar ia tidak terpaksa berhutang (Qardhawi 2000, 149). Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi serta penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap israf dan tidak disenangi dalam Islam (Ghofur 2020, 126),

seperti adanya sifat lapar mata dari konsumen itu sendiri dalam membeli apa yang menjadi keinginannya tadi. Selain itu Islam memberikan sikap yang tegas bagi budaya konsumerisme (tabzir) yaitu pelarangan terhadap sesuatu yang berlebih lebihan dan tidak mendatangkan manfaat, seperti menuruti apa saja yang menjadi trend, dengan pertimbangan dari konsumen tersebut bahwa jika tidak mengikuti itu menjadi sesuatu yang kurang bagi diri konsumen. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya selama hal itu mendatangkan masalah dan tidak mendatangkan mafsadah. Jika dilihat dari pemanfaatan atau penggunaan dari fitur s-pinjam ini dia tidak mengandung mafsadah tetapi tidak ada masalah yang sangat urgent atau darurat, yang mana memanfaatkan akan penggunaan fitur s-pinjam ini bukan untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dasar konsumen, akan tetapi hanya kepada keinginan saja dari adanya gaya hidup konsumen tersebut yang tidak bisa menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan mereka sehingga terjebak kedalam perilaku konsumtif dan hedonis, yang mana hal ini sejalan dengan konsep ekonomi kapitalis, dimana tidak adanya yang menjadi pembeda antara apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan. Keinginan dijadikan sebagai sebuah standar kepuasan dalam mencukupi kebutuhan hidupnya (Rozalinda 2017, 107). Jika dilihat dari aspek hukumnya, didalam teori etika perilaku konsumsi maka hal itu tidak boleh, hukumnya makruh, dibenci walaupun tidak haram akan tetapi lebih baik dihindari.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan.

Kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam didasari oleh adanya pemenuhan kebutuhan, kemudahan, kepercayaan, pencairan yang cepat serta tenor pembayaran per bulan. Konsumen mendasari peminjaman tersebut karena tidak ada solusi yang cepat dalam mendapatkan pinjaman uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologis, faktor pribadi, Faktor teknologi. Adapun yang menjadi dominan dari faktor yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam adalah faktor teknologi.

Etika perilaku konsumsi Islam terhadap perilaku konsumen marketplace shopee pada fitur s-pinjam, dari 24 informan yang penulis teliti, etika perilaku konsumsinya masuk kedalam israf (pemborosan) dan tabzir (mubazir), karena konsumen hanya menuruti hawa nafsu dari keinginan yang bersifat konsumtif saja.

Hal tersebut membuktikan bahwa adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya dalam etika perilaku konsumsi Islam adanya perintah untuk menjauhi tindakan berhutang. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya selama hal itu mendatangkan masalah dan tidak mendatangkan mafsadah. Jika dilihat dari pemanfaatan atau penggunaan dari fitur s-pinjam ini dia tidak mengandung mafsadah tetapi tidak ada masalah yang sangat urgent atau darurat didalamnya. Jika dilihat dari aspek hukumnya dalam teori etika perilaku konsumsi Islam maka hal itu tidak boleh dan merupakan suatu hal yang dibenci. Hukumnya makruh walaupun tidak haram akan tetapi lebih baik dihindari.

DAFTAR BACAAN

- Akbar, Ilham. 2021. "Perlindungan Hukum Kepada Para Pihak dalam Perjanjian Pinjaman Online". JJMOnline Volume 5 (Edisi 11). 771-783.
- Djakfar, Muhammad. 2017. "Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik dan Industri Halal di Indonesia". Malang: UIN Maliki Press.
- Ghofur, Abdul. 2020. "Falsafah Ekonomi Syariah". Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Hakim, luqman. 2012. "Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam". Surakarta: Erlangga.
- Kredi. J. (diakses pada 23 Januari 2022). "Review Pinjaman Shopee Pinjam". <https://krediblog.id/pinjaman-online/shopeepinjam>
- Pasal 1 angka 3 POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2008. "Ekonomi Islam". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Qardhawi, Yusuf. 1995. "Norma dan Etika Ekonomi Islam". Jakarta: Gema Insani Press
- Rifa'i, Novi. 2020. "Konsep Fintech Lending Dalam Perspektif Maqasid Syariah". Ejournal Unida Gontor Volume 6 (Edisi 1). 105-114.
- Rozalinda. 2017. "Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi". Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Savitri, Asmah, Syahputra, Angga. Hayati, Husna. Rofizar, Heny. 2021. "Pinjaman online di Masa Pandemi Covid-19 bagi Masyarakat Aceh". Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Volume 22 (Edisi 2). 116-124.
- Sugiyono. 2018. "Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif". Jakarta: Alfabeta.
- Widjaja, Gunawan. 2022. "Pemahaman Konsumen Tentang Pinjaman Online di Jakarta". Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 2 (Edisi 2). 89-93.
- Wikipedia. diakses pada 22 Januari 2022. "Sejarah Shopee". [https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia)
- Zaini, Darmawan. diakses pada 22 Januari 2022. "Analisis Data dalam Fintech UangTeman". <https://money.kompas.com/read/2017/07/04/190411926/analisis.data.dalam.fintech.?page=all>.