

Interpretasi Pesan Menggunakan Kredit Online

Fatimah Hammam Mirza*, Yulianti

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*fhammam25@gmail.com, yulianti@unisba.ac.id

Abstract. The presence of ShopeePaylater in the Shopee application certainly attracts the attention of the public as well as an innovation that is worth trying, namely transacting online using this feature. According to ShopeePaylater statistical data presented on the LDN website, currently the number of borrowers reaches 1,270,101 people, of which 850,631 people are active borrowers. This indicates that the Indonesian people are increasingly literate towards financial technology such as the Paylater feature found on Shopee. Moreover, Shopee is currently widely accessed by millennials, some of whom are still in college like students. This study aims to determine the motives, meanings, and experiences of students at the Islamic University of Bandung using ShopeePaylater. In this study, researchers will use an interpretive paradigm with a phenomenological study approach. Using qualitative research methods is in accordance with the wishes of the researcher in achieving the research objectives. The subjects of this study were 2 women and 2 men aged 18-23 years who were active users of ShopeePaylater online credit for approximately 3 years, and had certain or unexpected experiences when using ShopeePaylater. The results of the study show that the user's motive for using ShopeePaylater is because there are economic problems, so that users can achieve their goals, namely fulfilling their wants and needs. The implied meaning of use is that ShopeePaylater is a tool that can fulfill the wants and needs of its users. The user experience experienced is divided into two, namely male users who do not have good or bad experiences due to wise use, and female users who have bad experiences due to unwise, careless, and careless use.

Keywords: *Interpretative, Motive, Meaning, Experience, ShopeePaylater*

Abstrak. Hadirnya ShopeePaylater dalam aplikasi Shopee tentu menarik perhatian masyarakat sekaligus menjadi inovasi yang patut dicoba yaitu bertransaksi secara online menggunakan fitur tersebut. Menurut data statistik ShopeePaylater yang dipaparkan di situs LDN, saat ini jumlah peminjam mencapai 1.270.101 orang, dengan 850.631 orang adalah peminjam aktif. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin melek terhadap teknologi finansial seperti fitur Paylater yang terdapat pada Shopee. Apalagi Shopee saat ini banyak diakses oleh masyarakat milenial, yang di antaranya masih duduk di bangku kuliah seperti mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif, makna, dan pengalaman mahasiswa Universitas Islam Bandung menggunakan ShopeePaylater. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Menggunakan metode penelitian kualitatif cocok dengan keinginan peneliti dalam mencapai tujuan penelitian. Subjek penelitian ini 2 perempuan dan 2 laki-laki dengan usia 18-23 tahun yang merupakan pengguna aktif kredit online ShopeePaylater selama kurang lebih 3 tahun, dan memiliki pengalaman tertentu atau tidak terduga saat menggunakan ShopeePaylater. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motif pengguna menggunakan ShopeePaylater karena terdapat masalah ekonomi, agar pengguna dapat mencapai tujuannya yaitu memenuhi keinginan dan kebutuhan. Makna penggunaan yang tersirat adalah ShopeePaylater merupakan alat bantu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para penggunanya. Pengalaman pengguna dialami dibagi menjadi dua, yaitu pengguna laki-laki yang tidak memiliki pengalaman baik atau buruk karena penggunaan yang bijak, dan pengalaman pengguna perempuan yang mendapatkan pengalaman buruk karena penggunaan yang tidak bijak, ceroboh, dan tidak teliti.

Kata Kunci: *Interpretasi, Motif, Makna, Pengalaman, ShopeePaylater.*

A. Pendahuluan

Kegiatan *e-commerce* ini menjadi pilihan yang banyak diminati oleh banyak orang karena dapat melakukan kegiatan jual beli di manapun dan kapanpun, terlebih lagi hadirnya wabah pandemi Covid-19 yang melanda dunia menjadikan *e-commerce* ini semakin diminati. Hal tersebut diakibatkan oleh beberapa peraturan pemerintah yang membatasi masyarakat untuk bisa berkegiatan tatap muka secara langsung. Dari sekian banyak *e-commerce* yang populer diakses oleh masyarakat Indonesia, Shopee adalah salah satunya. Shopee merupakan aplikasi belanja daring yang berhasil meraih kesuksesan di ranah *e-commerce* Indonesia. Shopee termasuk dalam SEA Group yang merupakan salah satu grup perusahaan internet terbesar di Asia Tenggara [1](Databoks, Katadata, Webretailer, 2021).

Data yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang menganalisis dan meriset pasar di aplikasi *mobile* bernama App Annie, Shopee menempati posisi teratas dalam list aplikasi *e-commerce* dengan jumlah pengunduh terbanyak. Tech in Asia juga memberikan hasil ulasannya sebagai bahan konfirmasi bahwa Shopee merupakan aplikasi belanja *online* yang sedang digandrungi di pasaran saat ini [2](Fikrie, 2019). Salah satu fitur yang menjadi keunggulan Shopee adalah fitur metode pembayaran yang bervariasi seperti pembayaran melalui transfer bank, kartu kredit, ShopeePay, hingga Shopee secara resmi memperkenalkan cara pembayaran terbarunya kepada masyarakat yaitu ShopeePaylater. ShopeePaylater mengaplikasikan sistem *peer-to-peer lending* yang merupakan bagian dari *platform* yang mempertemukan pihak pemberi pinjaman dan peminjam via internet. *Platform* ini akan mewujudkan kebutuhan setiap pihak dan menggunakan uang dengan efisien agar menghasilkan [3](Hsueh dalam Ansori, 2019:36). Shopee Paylater merupakan layanan yang berada di bawah naungan PT. Lentera Dana Nusantara sekaligus terdata dan akan diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini akan menjadi tawaran yang menguntungkan dalam bentuk pinjaman dana dengan ketentuan yang mudah serta bunga yang tidak terlalu tinggi.

Dikutip dari situs LDN, data statistik ShopeePaylater hingga saat ini jumlah pengguna ShopeePaylater mencapai 1.270.101 orang, dengan 850.631 orang adalah peminjam aktif. Hal ini dapat menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah memahami dan peka terhadap kemajuan teknologi di bidang finansial seperti fitur Paylater yang dimiliki oleh Shopee. Tak dapat dipungkiri bahwa saat ini Shopee banyak digunakan oleh masyarakat generasi milenial, yang termasuk di dalamnya adalah pengguna yang mengenyam pendidikan di bangku kuliah seperti mahasiswa [4](Aftika, 2021).

Dengan banyaknya penggunaan kredit untuk bertransaksi, muncul pertanyaan bagaimana hukum dalam penggunaan kredit. Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Dalam ajaran Islam, kredit atau utang diperbolehkan dengan syarat tidak ada *ziyadah* (tambahan). Maka dikenal istilah *qardh* (utang piutang) yang termasuk akad *tabarru'* (tolong menolong). Namun akad *qardh* ini sulit atau bahkan tidak dapat diimplementasikan di lembaga keuangan syariah karena tidak boleh ada keuntungan, sedangkan lembaga keuangan syariah adalah entitas bisnis yang bertujuan mendapatkan keuntungan dan membutuhkan biaya operasional [5](MUI, 2021). Disampaikan dalam firman Allah SWT. yang bersabda tentang riba pada Q.S Ali 'Imran:130.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.

Dilihat dari sisi lainnya, fitur ini bisa jadi boomerang bagi penggunanya. Kemudahan yang ditawarkan oleh ShopeePaylater sebagai opsi pembayaran yang memiliki potensi meningkatkan gaya hidup konsumtif. Tindakan konsumtif adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa dengan cara membeli secara berlebihan, semata-mata hanya untuk memuaskan hasrat dan keinginan, dan menyampingkan faktor lainnya yang lebih penting. Hal ini dipicu oleh ketidak-sadaran konsumen saat membeli sesuatu yang sebenarnya tidak betul-betul dibutuhkan. Kesadaran diri pengguna menggunakan ShopeePaylater memunculkan sebuah interpretasi, bagaimana motif, makna, dan pengalaman

pengguna saat menggunakan *ShopeePaylater*.

Seperti latar belakang yang dipaparkan di atas maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motif dan makna penggunaan *ShopeePaylater* bagi mahasiswa Universitas Islam Bandung.
2. Untuk mengetahui pengalaman mahasiswa Universitas Islam Bandung mengenai penggunaan *ShopeePaylater*.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan studi fenomenologi, dan metode penelitian kualitatif. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung, dua perempuan dan dua laki-laki dengan usia 18-23 tahun yang merupakan pengguna aktif kredit online *ShopeePaylater* selama kurang lebih 3 tahun, dan memiliki pengalaman tertentu atau tidak terduga saat menggunakan *ShopeePaylater*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan inferensi atau validasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti mengelompokkan pernyataan-pernyataan motif pengguna, makna penggunaan, dan pengalaman pengguna *ShopeePaylater* menggunakan fokus penelitian fenomenologi yaitu deskripsi tekstural dan deskripsi struktural. Keterangan untuk item-item pernyataan yang dicetak miring adalah deskripsi struktural, sedangkan item-item pernyataan yang dicetak normal adalah deskripsi tekstural.

Tabel 1. Pernyataan Penting dari Pengguna *Shopee Paylater* Mengenai “Motif Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Ada kebutuhan mendesak	13.	Membeli barang <i>urgent</i> yang memerlukan cicilan
2.	Memudahkan untuk yang belum membuka rekening	14.	Solusi untuk mendapatkan barang yang diinginkan
3.	Tidak memiliki <i>credit card</i>	15.	Memenuhi kebutuhan dan uang saya kurang
4.	Tertarik menggunakan karena ada beberapa pilihan cicilan	16.	Masalah ekonomi
5.	Penggunaannya tidak sulit	17.	Digunakan secara berkala
6.	Pembayarannya mudah bagi yang tidak menggunakan <i>digital wallet</i>	18.	Dampak pandemic yang masih berkelanjutan
7.	Kemauan saya sendiri	19.	Masalah ekonomi

Lanjutan Tabel 1. Pernyataan Penting dari Pengguna Shopee *Paylater* Mengenai “Motif Pengguna”

8.	coba-coba dan ada rasa penasaran	20.	Tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi kredit online lain
9.	Tidak mau repot dengan ketentuan dan persyaratan	21.	Praktis dan <i>trusted</i>
10.	Tidak ada pengaruh dari teman-teman	22.	Pilihan pembayaran bisa di cicil
11.	Penasaran dengan fitur Shopee <i>Playlater</i>	23.	Bisa dicicil 1x sampai 12x
12.	Keinginan dan kebutuhan membeli barang yang saya inginkan.	24.	Mudah digunakan

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Tabel 2. Pernyataan Penting dari Pengguna Perempuan Shopee *Paylater* Mengenai “Motif Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Ada kebutuhan mendesak	7.	Membeli barang yang saya inginkan
2.	Memudahkan untuk yang belum membuka rekening	8.	Membeli barang <i>urgent</i> yang memerlukan cicilan
3.	Tidak memiliki <i>credit card</i>	9.	Masalah ekonomi
4.	Kemauan saya sendiri	10.	Digunakan secara berkala
5.	Coba-coba dan ada rasa penasaran	11.	Tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi kredit online lain
6.	Tidak mau repot dengan ketentuan dan persyaratan	12.	Praktis dan <i>trusted</i>

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Tabel 3. Pernyataan Penting dari Pengguna Laki-Laki Shopee *Paylater* Mengenai “Motif Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Tertarik menggunakan karena ada beberapa pilihan cicilan	8.	Memenuhi kebutuhan dan uang saya kurang
2.	Penggunaannya tidak sulit	9.	Dampak pandemik yang masih berkelanjutan
3.	Pembayarannya mudah bagi yang tidak menggunakan <i>digital wallet</i>	10.	Masalah ekonomi
4.	Tidak ada pengaruh dari teman-teman	11.	Pilihan pembayaran bisa dicicil
5.	Penasaran dengan fitur Shopee <i>Paylater</i>	12.	Bisa dicicil 1x sampai 12x
6.	Keinginan dan kebutuhan	13.	Mudah digunakan
7.	Solusi untuk mendapatkan barang yang diinginkan		

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Tabel 4. Pernyataan Penting dari Pengguna Shopee *Paylater* Mengenai “Makna Penggunaan”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Suatu kemudahan	11.	Bisa mengontrol pengeluaran saya dalam belanja
2.	Dapat dibantu terlebih dahulu menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	12.	Diiringi dengan pengawasan agar bisa mengontrol penggunaan fitur Shopee <i>Paylater</i> tersebut
3.	Alat bantu <i>urgent</i> karena menggunakannya tidak sering dan saat mendesak saja	13.	Bisa saja mendorong orang lain untuk menjadi implusif
4.	Metode pembayaran yang membantu konsumen	14.	Memberikan kemudahan bagi orang yang tidak punya kartu kredit
5.	Memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk bertransaksi	15.	Ada beberapa pilihan yang bisa disesuaikan dengan pemasukan kita

Lanjutan Tabel 4. Pernyataan Penting dari Pengguna Shopee *Paylater* Mengenai “Makna Penggunaan”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
6.	Fitur ini sangat <i>tricky</i>	16.	Jangan terlalu konsumtif
7.	Merasakan manfaatnya yang dapat memudahkan saya	17.	Ada denda apabila terlambat membayar
8.	Dapat mengubah perilaku saya karena kemudahan tersebut	18.	Memberika kemudahan dan persyaratan tidak merepotkan
9.	Menjadi konsumtif		
10.	Merasa kaget denga nada bunga yang ditetapkan		

Tabel 5. Pernyataan Penting dari Pengguna Perempuan Shopee *Paylater* Mengenai “Makna Penggunaan”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Suatu kemudahan	6.	Dapat mengubah perilaku saya
2.	Dampak dibantu terlebih dahulu menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	7.	Menjadi konsumtif
3.	Alat bantu <i>urgent</i> karena menggunakannya tidak sering dan saat mendesak saja	8.	Merasa kaget denga ada bunga yang ditetapkan
4.	Fitur ini sangat <i>tricky</i>	9.	Diiringi dengan pengawasan agar bisa mengontrol penggunaan fitur Shopee <i>Paylater</i> tersebut
5.	Merasakan manfaatnya yang dapat memudahkan saya	10.	Bisa saja mendorong orang lain untuk menjadi implusif

Tabel 6. Pernyataan Penting dari Pengguna Laki-Laki *ShopeePaylater* Mengenai “Makna Penggunaan”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Metode pembayaran yang membantu konsumen	5.	Ada beberapa pilihan yang bisa disesuaikan dengan pemasukan kita
2.	Memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk bertransaksi	6.	Jangan terlalu konsumtif
3.	Bisa mengontrol pengeluaran saya dalam belanja	7.	Ada denda apabila terlambat membayar
4.	Memberikan kemudahan bagi orang yang tidak punya kartu kredit	8.	Memberikan kemudahan dan persyaratannya tidak merepotkan

Tabel 7. Pernyataan Penting dari Pengguna *ShopeePaylater* Mengenai “Pengalaman Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Keperluan skincare dan perlengkapan kamar	6.	Dapat mengubah perilaku saya
2.	Alat elektronik, skincare, dan makeup	7.	Menjadi konsumtif
3.	Pulsa, token listrik, keperluan kuliah, makanan dan minuman, kebutuhan rumah tangga	8.	Merasa kaget dengan ada bunga yang ditetapkan
4.	Kebutuhan primer	9.	Diiringi dengan pengawasan agar bisa mengontrol penggunaan fitur <i>Shopee Paylater</i> tersebut
5.	Keperluan pribadi	10.	Bisa saja mendorong orang lain untuk menjadi implusif
6.	Token listrik paket data atau pulsa	11.	Saya bukan orang yang konsumtif
7.	Merasakan efek buruk dari penggunaan yang tidak bijaksana	12.	Belum ada kesan yang buruk untuk fitur <i>Shopee Paylater</i> ini
		13.	Saya pribadi selalu bayar tetap waktu

Tabel 8. Pernyataan Penting dari Pengguna Perempuan Shopee *Paylater* Mengenai “Pengalaman Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Keperluan skincare dan perlengkapan kamar	4.	Mendapatkan telepon dari nomor tidak dikenal
2.	Alat elektronik, skincare, dan makeup	5.	Hendak <i>checkout</i> menggunakan Shopee <i>Paylater</i> , tetapi tidak sengaja memakai Shopee <i>Paylater</i>
3.	Merasakan efek buruk dari penggunaan yang tidak bijaksana		

Tabel 9. Pernyataan Penting dari Pengguna Laki-Laki Shopee *Paylater* Mengenai “Pengalaman Pengguna”

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1.	Pulsa, token listrik, keperluan kuliah makanan dan minuman, kebutuhan rumah tangga	5.	Tidak ada pengalaman buruk ataupun unik masih aman-aman saja
2.	Kebutuhan primer	6.	Saya bukan orang yang konsumtif
3.	Keperluan pribadi	7.	Belum ada kesan yang buruk untuk fitur Shopee <i>Paylater</i> ini
4.	Token listrik, paket data atau pulsa	8.	Saya pribadi selalu bayar tepat waktu

Tabel 10. Pengelompokan Tema-Tema Umum

Motif	Penjelasan
Pengguna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Shopee <i>Paylater</i> memudahkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan 2. Pengguna menggunakan Shopee <i>Paylater</i> karena masalah ekonomi
penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee <i>Paylater</i> adalah alat bantu yang memberikan kemudahan untuk penggunaannya dalam bertransaksi

Lanjutan Tabel 10. Pengelompokan Tema-Tema Umum

Pengguna	<p>2.Dampaknya dapat menjadi konsumtif atau dapat mengontrol pengeluaran dalam berbelanja</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengguna laki-laki tidak memiliki pengalaman bermasalah karena penggunaan yang bijak dan tidak sering. 2. Pengguna perempuan memiliki pengalaman buruk, dan adapun pengalaman karena tidak bijaksana, ceroboh dan tidak teliti.
----------	---

Deskripsi Mendalam Mengenai “Motif Pengguna”

Pengguna tertarik menggunakan *ShopeePaylater* karena ada kebutuhan mendesak karena *ShopeePaylater* memberikan kemudahan untuk pengguna yang belum membuka rekening ataupun tidak memiliki credit card. Adapun yang ingin coba-coba dan penasaran dengan fitur *ShopeePaylater* dan pilihan cicilan yang tersedia. Masalah ekonomi pun menjadi salah satu motif penggunaan *ShopeePaylater*. Tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi kredit online lain, praktis dan trusted menjadi alasan memilih menggunakan *ShopeePaylater* dibanding aplikasi atau fitur kredit *online* lainnya.

Deskripsi Mendalam Mengenai “Makna Penggunaan”

Benang merah dari makna yang tersirat pada penggunaan *ShopeePaylater* adalah alat bantu yang memberikan kemudahan untuk penggunanya dalam bertransaksi. Fitur ini sangat *tricky*, walaupun merasa ada manfaat yang dapat memudahkan pengguna tetapi dapat mengubah perilaku menjadi konsumtif. Penggunaan *ShopeePaylater* perlu diiringi dengan pengawasan agar bisa mengontrol penggunaan fitur *ShopeePaylater* tersebut karena dapat mendorong orang lain untuk menjadi impulsif.

Deskripsi Mendalam Mengenai “Pengalaman Pengguna”

Pengguna menggunakan *ShopeePaylater* untuk keperluan skincare dan makeup, perlengkapan kamar, alat elektronik, pulsa atau paket data, token listrik, keperluan kuliah, makanan dan minuman. Pengguna laki-laki tidak memiliki pengalaman bermasalah karena penggunaan yang bijak dan tidak sering, sedangkan pengguna perempuan memiliki pengalaman buruk; mendapatkan telepon dari nomor yang tidak dikenal, dan adapun pengalaman karena ceroboh dan tidak teliti.; niat menggunakan *ShopeePay*, tetapi tidak sengaja memakai *ShopeePaylater*.

Semua tindakan manusia dalam hidupnya pasti didasari oleh suatu motif [6](Yulianti, 2022). Menurut Schutz, tindakan subjektif manusia tidak langsung muncul, karena sebelum masuk pada tahap *in order to motive*; motif “agar”, ada tahapan *because motive*; motif “karena” yang mendahuluinya [7](Wirawan, 2012). Motif “karena” (*because motive*) mengarahkan kepada peristiwa masa lalu sebagai sebab-sebab tindakan secara langsung [8](Fatimah, 2015). Pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan faktor-faktor yang menjadi alasan seseorang menggunakan fitur kredit *online* *ShopeePaylater* untuk mengetahui motif ‘karena’ dalam penggunaan *ShopeePaylater*. Motif penggunaan *ShopeePaylater* dapat dikelompokkan dengan menggunakan beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut [9]Kotler (2008:25) terdiri dari faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Tetapi peneliti hanya akan mengelompokkan motif penggunaan *ShopeePaylater* ini pada faktor pribadi dan faktor psikologis, karena motif yang timbul hanya pada dua faktor itu saja.

Pada faktor pribadi ini, peneliti mengambil bagian ekonomi yang sangat berpengaruh pada penggunaan *ShopeePaylater*. Walaupun ada salah satu informan yang mengaku tidak ada masalah dengan ekonominya, tetapi informan lainnya mengaku bahwa mereka memutuskan untuk menggunakan fitur kredit *online* ini karena adanya masalah ekonomi yang menghambat informan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

Pada faktor psikologis ini, peneliti mengambil bagian motivasi yang maksudnya adalah tujuan saat menggunakan fitur kredit *online* ini. Pengakuan informan terbagi menjadi dua

kelompok. Kelompok pertama mengaku bahwa tujuan mereka menggunakan *ShopeePaylater* itu untuk membeli barang yang diinginkan, dan kelompok kedua mengaku bahwa tujuan mereka menggunakan *ShopeePaylater* itu untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Alfred Schutz, proses pemaknaan dimulai dengan proses persepsi, proses pengalaman yang terus menerus. Aliran pengalaman inderawi ini, pada awalnya tidak ada artinya. Makna muncul dalam kaitannya dengan pengalaman sebelumnya dan melalui proses interaksi dengan orang lain. Bagi Schutz, tindakan manusia selalu memiliki makna -- menurut Weber makna itu identik dengan motif tindakan [10](Hasbiansyah, 2008). Peneliti mengelompokkan tujuan pengguna menggunakan *ShopeePaylater* untuk mengetahui motif 'agar' dalam penggunaan *ShopeePaylater*. Peneliti membagi tujuan pengguna menjadi dua bagian, yaitu keinginan dan kebutuhan. Tujuan pertama adalah keinginan. Saat pengguna memutuskan untuk menggunakan *ShopeePaylater*, tujuannya adalah memenuhi keinginannya, barang maupun hal tertentu yang diinginkan pada saat itu. Tujuan kedua adalah kebutuhan. Saat seseorang memiliki kebutuhan, barang maupun hal tertentu yang dibutuhkan saat itu, hal utama yang menjadi bahan pertimbangan untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah manfaat dan fungsinya, karena kebutuhan bersifat objektif yang artinya sesuatu yang diperlukan untuk dipenuhi.

Setelah menggunakan fitur *ShopeePaylater* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masing-masing pengguna dalam waktu tertentu, maka muncul sebuah makna yang tersirat dalam benak masing-masing pengguna. Makna yang dapat membuat para informan memutuskan untuk terus menggunakan *ShopeePaylater* atau tidak.

Semua informan mengatakan bahwa makna *ShopeePaylater* adalah alat bantu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para pengguna, karena *ShopeePaylater* memberikan kemudahan penggunaannya untuk bertransaksi, khususnya untuk para informan. Adapun salah satu informan, Adinda, yang berbagi pandangan lebih dalam dan mengatakan bahwa fitur kredit *online* ini sangat *tricky* karena dia dapat merasakan manfaat karena dimudahkan dalam bertransaksi, tetapi di sisi lain dia juga merasakan akan ada perubahan perilaku karena termakan dengan kemudahan tersebut.

Fenomenologi mengasumsikan bahwa setiap individu secara aktif menafsirkan pengalaman mereka dan mencoba memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka [11](Littlejohn, 2009). Pengalaman bisa diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami, dijalani, atau dirasakan, baik dulu ataupun yang baru terjadi [12](Mapp, dalam Saparwati, 2012). Pengalaman juga bisa diartikan sebagai memori episodik, memori dimana seorang individu menerima dan menyimpan peristiwa yang terjadi atau dialami individu pada waktu dan tempat tertentu. Ini yang berfungsi sebagai referensi otobiografi [12](Bapistaet al, dalam Saparwati, 2012).

Setelah menggunakan *ShopeePaylater* dalam waktu tertentu, pastinya akan ada pengalaman yang didapatkan oleh penggunaannya. Peneliti mencari tahu tentang pengalaman unik apa yang para informan dapatkan selama menggunakan *ShopeePaylater*.

Untuk pengalaman informan yang bisa di-*highlight* hanya pengalaman dari informan perempuan saja, khususnya Adinda, sedangkan informan laki-laki tidak memiliki pengalaman baik atau buruk dari penggunaan *ShopeePaylater* karena mereka menggunakan *ShopeePaylater* untuk memenuhi kebutuhan primer saja.

Berikut pengalaman unik nan buruk untuk Adinda. Tampilan limit kredit yang tertera pada *Shopee* kadang membuat penggunaannya merasa punya uang dan menjadi konsumtif. Dalam satu bulan bisa membeli tiga sampai lima barang yang diinginkan dan membayar menggunakan fitur *ShopeePaylater*. Dari situ mulai dirasakan efek buruk dari penggunaan fitur ini yang tidak bijaksana. Karena pemasukan yang kurang untuk membayar cicilan yang sudah tertera, Adinda terkadang telat membayar sampai akhirnya mendapatkan banyak telepon dari nomor tidak dikenal yang ternyata nomor-nomor tersebut adalah nomor penagih cicilan dari *Shopee*. Pengalaman ini bisa dijadikan pelajaran agar tidak konsumtif dan bisa mengontrol pengeluaran untuk barang yang dibutuhkan saja, karena tidak akan puas apabila terus menerus menuruti keinginan yang tidak ada habisnya.

Adapun pengalaman dari Alya yang tidak terlalu baik maupun buruk. Kejadian ini tidak

sengaja karena saat Alya membeli barang, niatnya mau membayar menggunakan *ShopeePay*, tetapi yang terjadi adalah membayar menggunakan *ShopeePaylater*. Ini hanya sekedar pengalaman yang memberi pelajaran untuk menjadi orang yang teliti dan tidak ceroboh.

D. Kesimpulan

Motif pengguna menggunakan *ShopeePaylater* karena terdapat masalah ekonomi, agar pengguna dapat mencapai tujuannya yaitu memenuhi keinginan dan kebutuhan. Makna penggunaan yang tersirat adalah *ShopeePaylater* merupakan alat bantu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para penggunanya. Pengalaman pengguna dialami dibagi menjadi dua, yaitu pengguna laki-laki yang tidak memiliki pengalaman baik atau buruk karena penggunaan yang bijak, dan pengalaman pengguna perempuan yang mendapatkan pengalaman buruk karena penggunaan yang tidak bijak, ceroboh, dan tidak teliti.

Acknowledge

Penulis memberikan ucapan banyak terimakasih kepada pihak Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi atas pelaksanaan kegiatan ini sebagai syarat untuk kelulusan.

Daftar Pustaka

- [1] Ayu, Monavia. 2022. *Sepanjang 2021, Shopee Kuasai E-Commerce Asia Tenggara*. Databoks, Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/sepanjang-2021-shopee-kuasai-e-commerce-asia-tenggara> (diakses pada tanggal 14/04/2022).
- [2] Fikrie, Muhammad. 2019. *Shopee Raih Peringkat Pertama E-commerce Terpopuler*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparantech/shopee-raih-peringkat-pertama-e-commerce-terpopuler-1546822929521844417> (diakses pada tanggal 30/01/2022).
- [3] Ansori, Miswan. 2019. *Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah*. Wahana Islamika. Vol. 5, No. 1. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara. Hal. 32.
- [4] Aftika, Sonia. 2021. *Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah*. Skripsi. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- [5] Muidigital. 2021. *Praktik Kredit dalam Sudut Pandang Islam*. Muidigital. [https://mui.or.id/bimbingan-syariah/30238/praktik-kredit-dalam-sudut-pandang-islam/#:~:text=Lantas%20apakah%20ada%20kredit%20yang,tabarru'%20\(tolong%20menolong\)](https://mui.or.id/bimbingan-syariah/30238/praktik-kredit-dalam-sudut-pandang-islam/#:~:text=Lantas%20apakah%20ada%20kredit%20yang,tabarru'%20(tolong%20menolong).). (diakses pada tanggal 18/11/2022).
- [6] Yulianti, Nabila, N. 2022. *Fenomenologi Ta’aruf dan Menikah Muda di Pengajian Islamic Centre Purwakarta*. Vol.12, No.1, Juni 2022. *Jurnal Komunikasi Islam*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- [7] Wirawan, I.B. 2012. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana.
- [8] Fatimah, Siti. Nurhadi. Siany I. 2015. *Motif ‘Agar’ dan Motif ‘Karena’ dalam Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Bimbingan Belajar*. Vol.5, No .2 (2015): *Jurnal Sosialitas (Kualitatif)*. Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta.
- [9] Kotler, Philip; Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [10] Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. *Jurnal Mediator*. Vol. 9. No. 1.
- [11] Littlejohn, Stephen W. Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [12] Saparwati, M.. 2012. *Studi Fenomenologi: Pengalaman Kepala Ruang dalam Mengelola Ruang Rawat di RSUD Ambarawa*. Thesis. Magister Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia.