

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

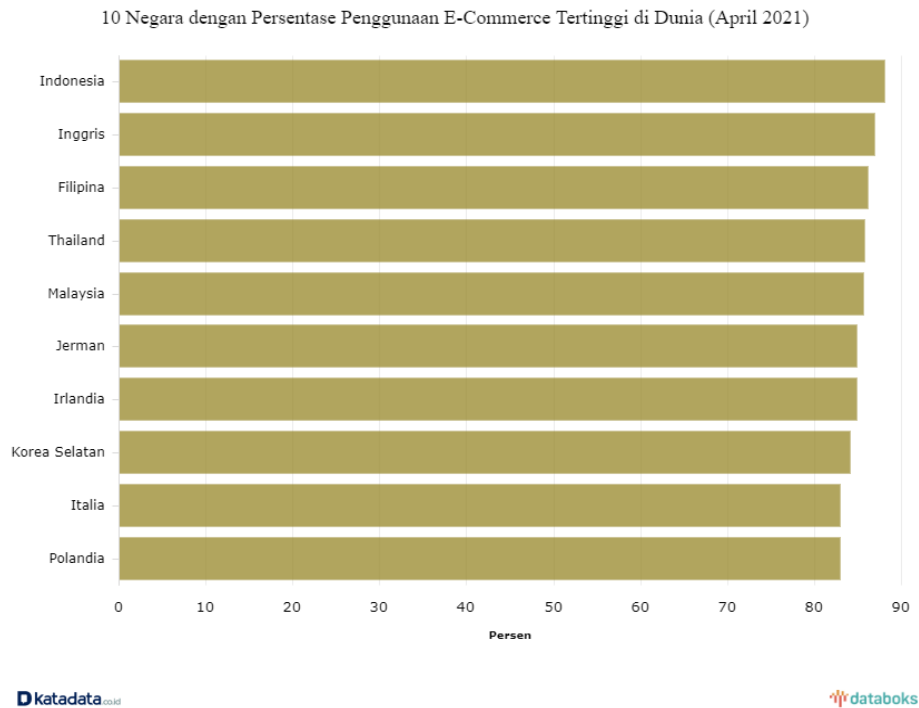
Di era perkembangan teknologi saat ini, internet saat ini sudah tidak hanya menjadi media informasi dan komunikasi, tetapi internet dapat meningkatkan pendapatan seseorang dalam perekonomian . Internet telah mengubah arus perdagangan di dunia bisnis menjadi serba digital. Mekanisme bisnis saat ini dibangun ke dalam komunitas jaringan.

Belanja *online* saat ini sangat lazim di masyarakat modern, dimana mereka mulai dari remaja hingga orang tua yang paham penggunaan *smartphone*. Bagi sebagian orang, belanja *online* merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kehidupan sebagai konsumen. Begitu banyak gambar yang menarik dan menawarkan harga yang terjangkau di toko *online* ini membuat orang tertarik untuk berbelanja dan keinginan untuk menjadikan diri mereka seperti yang ada di gambar tersebut. Dalam proses belanja *online* ini juga sangat di mudah kan sekali dalam penggunaannya pelanggan tidak perlu bertemu dengan penjual secara langsung , tetapi hanya dengan *smartphone* dan koneksi internet pelanggan sudah bisa melakukan transaksi dengan nyaman. Saat ini masyarakat memilih belanja *online* karena lebih mudah,

cepat, banyak pilihan. Dengan *online shop* ini mereka dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan mudah dan cepat.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan banyak pengaruh bagi penggunanya. Teknologi tersebut merupakan bentuk dari media baru yang membuat penggunanya dapat dengan mudah mengakses informasi secara digital dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan seperti berkirim pesan, membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, memudahkan pekerjaan, serta melakukan belanja *Online* yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *E-commerce*.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet serta perubahan gaya hidup masyarakat dalam kegiatan berbelanja yang berlangsung secara virtual, menjadikannya salah satu faktor pendukung tingginya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Tren penggunaan *e-commerce* di Indonesia kini tumbuh cukup besar dalam beberapa waktu terakhir.



Tabel 1. 1. 10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-commerce Tertinggi di Dunia (April 2021) (Sumber : Kata data.com)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, *We Are Social* (2021) mencatat sebanyak 88,1% pengguna Internet di Indonesia yang memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survei *We Are Social* pada April 2021 , Posisi Kedua ditempati Inggris dengan 86,9% pengguna internet yang memakai *e-commerce* . Kemudian, pengguna internet yang memakai *e-commerce* di Filipina sebesar 86,2% Sekitar 85% pengguna internet di Jerman, Irlandia dan Korea Selatan yang memanfaatkan *e-commerce* berkisar 84%. Sementara, pengguna internet yang memakai *e-commerce* di Italia dan Polandia masing-masing sebesar 82,9% . Adapun, rata

rata adopsi *e-commerce* secara global adalah 78,6%. Sejumlah negara masih punya persentase di bawah rerata tersebut, salah satunya Mesir. Responden yang menggunakan *e-commerce* di negara tersebut hanya 54,3% menjadi yang terendah di dunia .

Melihat tingkat antusiasme masyarakat terhadap *e-commerce* , menjadikan tantangan bagi para perusahaan untuk terus melakukan inovasi, guna meningkatkan kualitas produk atau pelayanan terbaik yang sepenuhnya memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Di antara inovasi-inovasi yang ada , terbentuklah perusahaan di bidang finansial yang dalam beberapa waktu in mulai populer. Hal tersebut dibuktikan dengan hadirnya perusahaan teknologi finansial atau yang biasa dikenal sebagai *Fintech* .

1.1.1 *Shopeepaylater*

Fintech atau *Financial Technology* merupakan salah satu inovasi di bidang *finansial* yang mengacu pada teknologi modern. Adapun yang melatarbelakangi kehadiran *fintech* ini yaitu, keterbatasan perbankan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat 3T (Terdepan, Terluar, Terpencil). Masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari akses perbankan cenderung belum terlayani oleh Bank.

Saat ini penggunaan *fintech* semakin diminati, khususnya ketika muncul layanan cicilan tanpa kartu kredit yang dikemas secara menarik dalam bentuk

fitur yaitu *Pay Later* . fitur yang mengusung konsep “Beli Sekarang, Bayar nanti” ini memungkinkan masyarakat untuk menikmati kesempatan menggunakan cicilan kredit tanpa harus memiliki kartu kredit. Sebelumnya kartu kredit adalah sesuatu yang wajib dimiliki sebagai syarat untuk mengajukan pembelian barang dengan skema cicilan. Adanya fitur *Pay Later* membuat sistem transaksi *Online* menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan *Paylater* sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya *e-commerce*, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai.

Paylater memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti halnya kartu kredit, *paylater* yang dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer hingga hiburan seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan. *Paylater* dikembangkan oleh perusahaan fintech yang kemudian bekerja sama dengan

e-commerce dalam menyediakan layanan paylater tersebut. E-commerce pertama yang memperkenalkan paylater di Indonesia adalah Traveloka dengan menggandeng perusahaan fintech PT. Dana Pasar Pinjaman. Gambar I.2 merupakan produk paylater yang beredar di Indonesia.

Banyak perusahaan e-commerce menggunakan teknologi tersebut dalam sistem pembayaran mereka sehingga teknologi tersebut sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi paylater dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna paylater dari waktu ke waktu. Beberapa platform penyedia paylater telah mengalami lonjakan pengguna yang cukup tinggi. Sejak paylater diluncurkan, Traveloka mengalami lonjakan pengguna hingga 10 kali lipat (Walfajri, 2019), sedangkan e-commerce penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek, mengalami kenaikan hingga 14 kali lipat (Fadila, 2020) sehingga mereka harus terus meningkatkan keamanan data pengguna dengan adanya lonjakan tersebut. Platform penyedia lain yang merasakan dampak dari paylater juga ialah Shopee.

Adanya fitur Pay Later membuat sistem transaksi Online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan Paylater sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya e-commerce, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan,

yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai.

Paylater memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti halnya kartu kredit, paylater yang dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer hingga hiburan seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan. Paylater dikembangkan oleh perusahaan fintech yang kemudian bekerja sama dengan e-commerce dalam menyediakan layanan paylater tersebut. E-commerce pertama yang memperkenalkan paylater di Indonesia adalah Traveloka dengan menggandeng perusahaan fintech PT. Dana Pasar Pinjaman. Gambar I.2 merupakan produk paylater yang beredar di Indonesia.

Banyak perusahaan e-commerce menggunakan teknologi tersebut dalam sistem pembayaran mereka sehingga teknologi tersebut sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi paylater dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna paylater dari waktu ke waktu. Beberapa platform penyedia paylater telah mengalami lonjakan pengguna yang cukup tinggi. Sejak paylater diluncurkan, Traveloka

mengalami lonjakan pengguna hingga 10 kali lipat (Walfajri, 2019), sedangkan e-commerce penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek, mengalami kenaikan hingga 14 kali lipat (Fadila, 2020)

Hingga tahun 2020, jumlah pengguna Shopee Paylater mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan akumulasi borrower yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang borrower. Jumlah dana pinjaman yang dikeluarkan oleh Shopee Paylater mencapai hampir Rp1,5 Triliun.

1.1.2 Perbedaan Kredit Tradisional dan Sistem *Paylater*

Akselerasi pembayaran juga terkena dampak dari perkembangan teknologi, hal tersebut dibuktikan dengan terus meningkatnya sistem pembayaran diseluruh dunia. UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia pasal satu angka enam saat ini alat pembayaran yang dikenal selain pembayaran tunai ialah pembayaran berbasis kertas (Cek/BilyetGiro), berbasis kartu (Kartu Kredit dan Kartu Debet) dan berbasis digital. Saat ini masyarakat di Indonesia mulai diperkenalkan dengan sistem pembayaran digital tersebut. Menurut Tarantang et. al (2019) pembayaran digital adalah pembayaran dengan memanfaatkan teknologi.

Uang disimpan kemudian diproses serta diterima dalam bentuk informasi dalam pembayaran digital, proses pemindahan uang tersebut dilakukan menggunakan alat bantu pembayaran elektronik. Pada

pertengahan 2018 perusahaan fintech memperkenalkan sebuah teknologi pembayaran dengan konsep cicilan tanpa kartu kredit, yakni Paylater. Saat ini paylater banyak diadopsi oleh e-commerce di Indonesia, mulai dari perusahaan hiburan, pemesanan tiket dan hotel, market place, hingga perusahaan penyedia jasa transportasi online (Nabila, 2020)

Paylater merupakan sebuah alternatif metode pembayaran yang mengadopsi sistem cicilan secara online tanpa memerlukan kartu kredit. Beberapa platform saat ini mulai banyak mengadopsi teknologi cicilan kredit tanpa kartu tersebut (Quiserto, 2019). Paylater pada tahun 2020 ini sudah dapat dinikmati masyarakat di beberapa platform belanja online, pemesanan tiket dan hotel, hingga transportasi online. Kelebihan Paylater adalah:

1. Proses pendaftaran mudah
2. Diawasi OJK
3. Fleksibel dan cepat
4. Promo khusus

Sementara kekurangan Paylater diantaranya:

1. Bunga cukup tinggi
2. Denda
3. Keamanan data

Sekarang ini pembayaran nanti atau *Paylater* menjadi Metode pembayaran yang marak digunakan oleh masyarakat. Apalagi berbagai platform *e-commerce* menggunakan metode pembayaran ini untuk barang atau jasa yang mereka perjualkan. Pada dasarnya fungsi *paylater* hampir sama dengan kartu kredit yang sama-sama memiliki limit. Pengguna bisa memanfaatkan layanan ini untuk berbelanja lalu bayarnya nanti sesuai jadwal. Ada yang bisa dilunasi langsung pada saat tanggal ditetapkan tanpa kena bunga, ada juga yang bisa dicicil dengan pengenaan bunga.

Namun ada beberapa perbedaan dari *paylater* dengan kartu kredit. Perbedaan yang paling utama tentunya adalah penggunaan teknologinya di masing-masing sistem pembayaran tersebut. *Paylater* menerapkan layanan full digital, sementara kartu kredit masih menggunakan fisik.

Perbedaan lainnya dari sisi persyaratan, *paylater* jauh lebih mudah ketimbang kartu kredit. Untuk kartu kredit nasabah harus melalui beberapa proses manual, seperti mengisi beberapa dokumen seperti form data diri dan lain sebagainya.

Kemudian ketika sudah diajukan, pihak bank melakukan proses survei. Biasa dalam proses ini pihak bank menghubungi beberapa pihak yang dicantumkan dalam data nasabahnya. Tujuannya untuk memastikan kebenaran data tersebut. Kartu kredit juga biasanya melalui proses BI checking.

Sementara paylater pengisian data dokumen full dilakukan secara online, termasuk foto diri dan kartu identitas. Namun pihak dompet digital tidak melakukan survei. Proses jauh lebih longgar. Kemudian dari sisi penggunaannya, biasanya limit awal paylater jauh lebih sedikit dibandingkan kartu kredit. Namun untuk limit paylater akan berangsur naik jika penggunanya disiplin dalam pembayaran dan catatan riwayat transaksinya dianggap baik.

Lalu dari sisi penggunaan, kartu kredit jauh lebih luas, karena bisa digunakan untuk transaksi secara offline dan online. Merchant-nya juga sangat banyak, baik untuk belanja pakaian, makan di restoran, hingga belanja kebutuhan sehari-hari. Sementara untuk paylater hanya biasanya lebih terbatas ruang penggunaannya. Seperti misalnya Shopeepaylater yang fitur layanan paylater-nya hanya bisa digunakan di satu e-commerce yakni Tokopedia. Meskipun saat ini layanan OVO paylater di Tokopedia sedang dibekukan. Kemudian Shopee paylater yang tentunya hanya bisa digunakan di Shopee.

Intinya paylater dan kartu kredit adalah alat ganti pembayaran untuk belanja. Berbeda dengan fasilitas pinjaman seperti KTA ataupun pinjaman online, paylater dan kartu kredit tidak bisa dicairkan secara tunai.. (Sugianto, 2020)

Shopee merupakan *e-commerce* berbasis aplikasi *Mobile* yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Shopee didirikan pada tahun 2009

oleh Forest Li dan pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Shopee tidak hanya memudahkan berbelanja, namun Shopee juga memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi saat berbelanja, salah satunya dengan metode pembayaran menggunakan uang elektronik atau uang digital seperti ShopeePay di Shopee Pay Later. Dengan ShopeePay, pembeli akan mendapatkan fasilitas pengiriman yang dapat diakses.

Shopee Pay later merupakan sistem pembayaran milik afiliasi Shopee, PT.Airpay Internasional Indonesia. Shopee Paylater ini seperti OVO Paylater, yaitu pinjaman instan yang pengguna Shopee yang sudah pernah menerima layanan ini.

Menarik dari Shopee Pay later ini adalah untuk pengguna Shopee bisa menikmati cicilan dengan bunga 0%. Fasilitas pinjaman adalah setiap fasilitas keuangan dalam bentuk pinjaman dengan mata uang rupiah yang diberikan oleh pemberi pinjaman kepada pengguna Shopee sebagai penerima pinjaman menggunakan layanan Shopee Pay Later dengan nilai dan persyaratan yang diatur dalam perjanjian pinjaman terkait sehingga menjadi keunggulan dalam persaingan ini.

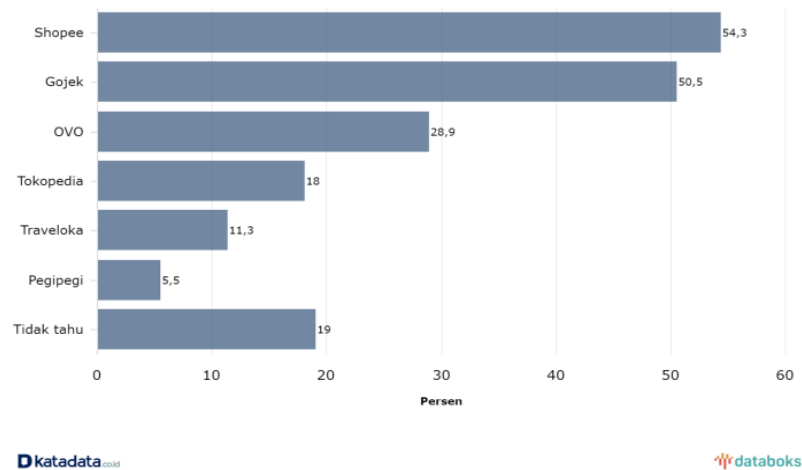
Adanya fitur Pay Later membuat sistem transaksi Online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan Paylater sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya e-commerce, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan,

yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai.

Paylater memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti halnya kartu kredit, paylater yang dapat mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer hingga hiburan seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan. Paylater dikembangkan oleh perusahaan fintech yang kemudian bekerja sama dengan e-commerce dalam menyediakan layanan paylater tersebut. E-commerce pertama yang memperkenalkan paylater di Indonesia adalah Traveloka dengan menggandeng perusahaan fintech PT. Dana Pasar Pinjaman. Gambar I.2 merupakan produk paylater yang beredar di Indonesia.

Banyak perusahaan e-commerce menggunakan teknologi tersebut dalam sistem pembayaran mereka sehingga teknologi tersebut sangat mudah dikenal oleh masyarakat luas. Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi paylater dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna paylater dari waktu ke waktu. Beberapa platform penyedia paylater telah mengalami lonjakan pengguna yang cukup tinggi. Sejak paylater diluncurkan, Traveloka mengalami lonjakan pengguna hingga 10 kali lipat (Walfajri, 2019),

sedangkan e-commerce penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek, mengalami kenaikan hingga 14 kali lipat (Fadila, 2020)



Sumber : DailySocial.id, 22 Desember 2020

Tabel 1. 2. Masyarakat Paling Banyak Gunakan Fitur Paylater di Shopee (Sumber: Kata Data.Com)

Dilansir dari data yang bersumber dari hasil data riset yang dilakukan Dailysocial pada tahun 2020 tercatat Sejumlah aplikasi kini memiliki fitur PayLater yang memungkinkan pengguna untuk belanja terlebih dahulu dan membayar pada tanggal jatuh tempo. Dalam riset DailySocial, responden paling banyak menggunakan fitur ini di Shopee, yakni 54,3%. (Baca: Sederet Aplikasi yang Pertama Dijajal Konsumen kala Pandemi) Sebanyak 50,5% memanfaatkan fitur Pay Later di Gojek, sementara 28,9% di dompet digital OVO. Fitur ini juga digunakan di Tokopedia (18%), Traveloka (11,3%), dan Pegipegi (5,5%) .

Dengan adanya kemudahan dari kecanggihan teknologi dan dengan segala macam fitur yang mempermudah dalam proses jual beli bahkan sampai pinjam meminjam ini cukup mempengaruhi dan memicu masyarakat berperilaku konsumtif dalam kesehariannya, dengan memberikan pelanggan gambar produk yang menarik membuat pelanggan yakni masyarakat tergiur ingin memilikinya.

1.1.3 Impulse Buying

Keberadaan ShopeePay Later saat ini dengan memunculkan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi atau dengan kemudahan dalam mengakses barang-barang keinginan pelanggan, hal ini jadi menimbulkan fenomena dan pada akhirnya masyarakat berperilaku *Impulse Buying*. *Impulse Buying* merupakan salah satu gaya berbelanja yang didasarkan kepada emosi dan berasal dari individu konsumen itu sendiri sehingga individu mengenyampingkan faktor sosial dan interaksi dalam pengambilan keputusan yang mereka buat. Faktor emosi merupakan hal terpenting dalam melakukan kegiatan tersebut. *Impulse Buying* identik dengan pembelian secara tidak terencana.

Hadirnya e-commerce telah membuat perubahan pada perilaku konsumen yang semula hanya berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko itu sendiri sekarang dapat dengan mudah dilakukan secara online di rumah. Perubahan perilaku tersebut banyak

dipengaruhi oleh persepsi para pelanggan mengenai jarak, harga, promosi, tempat yang telah ditetapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler dan Keller, 2012).

Alasan terbesar terjadinya perubahan pola perilaku pembelian dari pembelian secara langsung ke pembelian online karena dasar kemudahan yang ditawarkan dari toko online, namun kendati banyaknya kemudahan yang ditawarkan masih terdapat faktor-faktor yang menjadi alasan beberapa pelanggan tidak memilih berbelanja online, diantaranya yaitu faktor resiko penipuan baik dari segi kualitas maupun sistem pembayaran (Fakri, 2016). Pembelian suatu produk dapat terjadi karena konsumen memiliki kebutuhan terhadap produk tersebut yang kemudian dipengaruhi oleh ketersediaan anggaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Dengan pertumbuhan sistem pembayaran yang saat ini terjadi, tolak ukur ketersediaan anggaran bukan hanya dilihat dari ketersediaan dana dalam bentuk uang tunai saja, namun juga dapat diukur dari bentuk layanan fasilitas seperti kartu kredit ataupun pembayaran digital lainnya (Widawati, 2011). Sistem pembayaran yang terus berkembang menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan e-commerce.

Sistem pembayaran yang merupakan salah satu faktor yang menopang stabilitas sistem keuangan saat ini terus berkembang, seperti halnya dengan perkembangan sistem pembayaran yang semula hanya uang tunai hingga saat ini sudah tersedia sistem digital.

Metode pembayaran yang disediakan oleh e-commerce mayoritas adalah pembayaran secara digital seperti transfer intra bank, virtual account, kartu kredit online, kartu debit online, e-wallet, dll.

Namun pembayaran secara tunai juga tetap dapat dijadikan opsi pilihan. Beberapa e-commerce menyediakan pembayaran secara tunai menggunakan sistem Cash On Delivery (COD) dimana pengguna dapat membayar belanjaan secara tunai kepada kurir saat barang diantar. Selain metode cash on delivery, beberapa e-commerce juga menyediakan pilihan pembayaran tunai melalui mini market. Beberapa tahun belakangan ini, tepatnya sejak tahun 2018, terdapat sebuah metode pembayaran baru yang diperkenalkan pada masyarakat, yakni teknologi paylater.

Impulse Buying merupakan suatu gaya berbelanja yang didasarkan kepada emosi yang berasal dari dalam individu konsumen itu sendiri, sehingga mereka mengenyampingkan faktor sosial dan interaksi dalam mengambil keputusan yang mereka buat. Faktor emosi merupakan hal terpenting dalam melakukan kegiatan tersebut. *Impulse Buying* identik dengan pembelian tidak terencana.¹

Perilaku *Impulse buying* ini juga mempengaruhi bagaimana individu melihat suatu barang dengan nilai gunanya, dengan kemudahan yang diberikan melalui fitur Shopee Pay Later ini, menjadikan individu memiliki hasrat spontanitas yang dimana dalam perilaku *Impulse Buying* ini

¹ Arifianti, R. "Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi . *Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi*". 2010.

spontanitas dalam keinginan membeli barang yang mungkin bukan kebutuhan utama dari individu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas peneliti akhirnya tertarik untuk meneliti tentang “ Pengaruh Penggunaan Shopeepay Later Terhadap Perilaku Impulse Buying Dalam Perspektif Konsumerisme Jean baudrillard” dan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh Shopeepay Later terhadap kemampuan dalam melihat Nilai guna suatu barang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Shopeepayater* dalam melihat Nilai guna suatu barang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktisi
 - a. Penelitian ini dilakukan sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
 - b. Manfaat Akademis
Manfaat penelitian ini secara akademik dapat mengembangkan konsep-konsep Konsumerisme dari perspektif Jean Baudrillard.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyusun dalam 3 bab dan di dalamnya terdapat beberapa sub bab yang saling berkaitan.

