

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Cash on Delivery (COD)

a. Pengertian

Cash on Delivery (COD) merupakan sebuah metode pembayaran yang cukup familiar di kalangan pengguna *e-commerce*. COD merupakan sebuah transaksi jual beli yang mempertemukan antara penjual dan pembeli di suatu tempat yang sudah disepakati.¹² Dapat diartikan bahwa COD merupakan sebuah metode pembayaran yang mempertemukan penjual dan pembeli di mana penjual mengantarkan barang ke alamat yang ditentukan pembeli lalu pembayaran disepakati ketika barang yang dipesan sudah datang. Dalam definisi lain dikutip dari Investopedia COD merupakan sebuah metode pembayaran yang dilakukan ketika barang yang dikirimkan telah tiba di tangan konsumen dan pembeli melakukan pembayaran secara langsung daripada menggunakan kredit. Adapun bentuk pembayaran dapat bervariasi seperti dengan uang cash atau lainnya sesuai kesepakatan yang berlaku¹³

Metode *Cash on Delivery* (COD) sejatinya sudah ada sejak zaman dulu, di mana metode ini diperkenalkan pertama kali di Swiss pada tahun 1849, selain itu pada tahun 1877 COD ini juga diperkenalkan di Australia dan India, di tahun

¹² Kholida Qothrunnada, "Cash On Delivery (COD): Pengertian, Cara Kerja, Dan Tipsnya," *finance.detik*, 2022, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5971563/cash-on-delivery-cod-pengertian-cara-kerja-dan-tipsnya>.

¹³ Julie Young, "Cash on Delivery (COD): What It Is and How It Works," *Investopedia*, 2024, <https://www.investopedia.com/terms/c/cashondelivery.asp>.

selanjutnya di Amerika COD mulai diperkenalkan pada tahun 1913 dan di Inggris pada tahun 1926.¹⁴ Metode ini muncul karena untuk membantu kemudahan transaksi dalam sebuah retail atau grosir yang dilakukan oleh konsumen yang tidak memiliki kartu kredit dan cenderung transaksi ini dalam jumlah kecil.¹⁵

Seiring berkembangnya zaman sistem COD memiliki pemahaman yang lebih meluas, saat ini metode COD lebih sering digunakan dalam trend belanja online, di mana hampir semua *e-commerce* menyediakan fitur pembayaran ini. Dalam mekanisme pembayarannya, COD pun mulai mengalami perubahan, yang mana awalnya penjual dan pembeli menentukan kesepakatan tempat dan waktu untuk bertemu, kini transaksi ini lebih sering menggunakan pihak ketiga yaitu agen jasa pengiriman barang untuk melakukan transaksi ini. Tentu hal ini lebih memudahkan kedua belah pihak di mana penjual dan pembeli tidak perlu menentukan tempat untuk bertemu, cukup dengan pembeli memberikan alamat pengiriman yang akan dituju kepada penjual, lalu penjual akan mengirimkan barang pesanan ke alamat yang diberikan melalui agen jasa pengiriman barang.

Dikutip dari laman Shopee, metode pembayaran COD dilakukan ketika barang pesanan konsumen telah diterima oleh pembeli dari kurir yang mengirimkan barang. Ketentuan transaksi dengan metode ini dengan maksimal pembelian yaitu lima juta rupiah per pesanan.¹⁶ Dengan demikian dalam konteks *e-commerce* COD merupakan pilihan metode pembayaran yang dapat digunakan

¹⁴ Qothrunnada, "Cash On Delivery (COD): Pengertian, Cara Kerja, Dan Tipsnya."

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Shopee Tim, "Apa Itu Metode Pembayaran COD (Bayar Di Tempat)?," Shopee, 2023, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3360>.

oleh konsumen. Tentu setiap *e-commerce* memiliki aturan tersendiri mengenai fitur pembayaran ini, yang pasti prinsip dasar cara kerjanya hampir sama.

Dalam transaksi pada *e-commerce*, metode ini menjadi salah satu metode pembayaran yang favorit digunakan oleh konsumen. Terdapat kelebihan dan kekurangan dari metode pembayaran COD ini, baik bagi penjual maupun konsumen. Adapun beberapa kelebihan dari metode pembayaran ini.

- 1) Bagi pembeli dapat meningkatkan rasa kepercayaan terhadap barang yang akan dibeli tanpa khawatir barang yang dibeli tidak sesuai
- 2) Membantu pembeli terhindar dari penipuan ketika transaksi jual beli
- 3) Mempermudah pembeli melakukan pembayaran cash
- 4) Bagi penjual dapat meningkatkan kepercayaan pembeli
- 5) Mempermudah penjual menarik minat konsumen lebih besar¹⁷

Selain kelebihan tentu terdapat kekurangan dari metode pembayaran COD ini, diantaranya.

- 1) Penjual dapat dirugikan dengan adanya pembatalan sepihak dari pembeli
- 2) Rentan terjadi pemalsuan baik dari pihak penjual maupun pembeli
- 3) Rentan terjadinya ketidakpuasan pembeli terhadap barang yang diterima sehingga pembeli tidak mau membayar dan mengakibatkan kerugian di pihak penjual serta kurir ekspedisi.¹⁸

¹⁷ Kamila Sayara Avicena, "Mengenal Sistem COD: Cara Menggunakan, Kelebihan, Dan Kekurangannya," IDN Times, 2022, <https://www.idntimes.com/business/economy/kamila-sayara-avicena/mengenal-sistem-cod-cara-menggunakan-kelebihan-dan-kekurangannya?page=all>.

¹⁸ *Ibid.*

b. Sistem COD dalam pandangan Islam

Dalam islam metode pembayaran COD ini pada dasarnya tidak ada dalil yang secara langsung mengatur transaksi ini, karena metode pembayaran ini merupakan suatu bentuk perkembangan model transaksi di era moderen saat ini. Namun jika melihat dasar hukum transaksi jual beli adalah boleh ketika transaksi itu dilandasi atas dasar suka sama suka seperti yang diisyaratkan Rasulullah SAW.¹⁹ pada dasarnya transaksi jual beli hukumnya boleh dalam islam karena Allah SWT telah menurunkan ayat yang mengatur transaksi jual beli seperti dalam ayat berikut:

Q.S Al-Baqarah :275

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

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kesurupan setan karena gila.¹ Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah di perolehnya dahulu menjadi miliknya² dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”(Q.S. Al-Baqarah:275)²⁰

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, yang artinya transaksi jual beli merupakan suatu kegiatan

¹⁹ Makmuriyah Makmuriyah, “Hukum Jual Beli COD (Cash On Delivery) Dalam Hukum Islam,” *Islam & Contemporary Issues* 3, no. 1 (2023): 17–22, <https://doi.org/10.57251/ici.v3i1.1055>.

²⁰ Al-Quran, Tafsir Wajiz, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>, diakses November 2024

yang telah Allah perbolehkan. Maka pada dasarnya transaksi COD diperbolehkan karena merupakan salah satu bentuk transaksi jual beli dan memiliki dampak positif untuk mempermudah transaksi jual beli serta tidak ada unsur yang diharamkan atau riba.

Akan tetapi transaksi COD harus tetap memperhatikan unsur-unsur kemaslahatan seperti kepastian barang yang dijual harus sudah sesuai kualitasnya dengan yang telah disepakati, harga harus sudah sesuai kesepakatan dan pembeli harus membayar barang ketika barang sudah sesuai pesanan.²¹ Selain itu sistem pembayaran COD dapat menjadi haram hukumnya ketika terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti terjadinya penipuan baik dari pihak penjual ataupun pembeli, adanya unsur ketidakjelasan baik dari segi harga maupun barang yang ditawarkan, adanya ketidakjujuran dan lain sebagainya²²

Islam memberikan keleluasaan kepada manusia untuk melakukan transaksi jual beli. Hal terpenting adalah jual beli itu sendiri harus memperhatikan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, kepercayaan dan kepastian. Transaksi COD harus memahami dan mentaati prinsip dan aturan yang berlaku sehingga transaksi ini bisa dikatakan sah dalam syariat islam.²³

2. Pay Later

a. Pengertian

Dalam perkembangannya para pelaku *e-commerce* berlomba-lomba dalam menghadirkan fitur-fitur yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen

²¹ Makmuriyah, "Hukum Jual Beli COD (Cash On Delivery) Dalam Hukum Islam."

²² *Ibid*

²³ *Ibid.*

dalam berbelanja. Berbagai metode pembayaran dihadirkan demi memenuhi semua kebutuhan konsumen, salah satunya adalah *Pay Later*. Saat ini para pelaku *e-commerce* mencoba memahami dan membaca keinginan konsumen mereka, di mana mereka mencoba memfasilitasi konsumen yang belum memiliki uang akan tetapi memerlukan suatu barang tertentu dan belum bisa membeli barang tersebut secara cash dengan fitur *Pay Later*.

Pay Later adalah suatu metode pembayaran yang di mana para pembeli bisa membeli barang tersebut tanpa harus melakukan pembayaran langsung dengan kata lain ditunda dan pembayaran dapat dilakukan di bulan berikutnya atau dengan dicicil sesuai kesepakatan di awal pembelian.²⁴ Jika dilihat dari segi bahasa, *Pay Later* merupakan terjemahan dalam bahasa Inggris “Pay” artinya Bayar dan “Later” artinya nanti, maka dapat diartikan bahwa metode *Pay Later* ini merupakan suatu metode pembayaran yang memfasilitasi konsumen untuk melakukan pembayaran secara ditangguhkan atau diangsur.²⁵ Pada dasarnya dalam konteks belanja di *e-commerce* *Pay Later* tidak jauh berbeda dengan sistem kredit yang sudah ada sejak zaman dulu, akan tetapi yang membedakannya adalah konsumen tidak harus memiliki kartu kredit ketika menggunakan metode pembayaran *Pay Later* dan pengajuan lebih mudah.

Hadirnya *Pay Later* merupakan bentuk dari perkembangan transaksi digital yang mempermudah masyarakat melakukan transaksi. Dikutip dari laman CNBC Indonesia, Hendrikus Passagi yang merupakan Komisari Digital Futures

²⁴ Wahyu Kristanto, “Pay Later dengan Segudang Resikonya,” DJKN.Kemenkeu, 2022, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15565/PAYLATER-DENGAN-SEGUDANG-RESIKONYA.html>.

²⁵ Redaksi OCBC NISP, “Apa Itu Paylater? Kenali Pengertian & Tips Penggunaannya,” OCBC, 2023, <https://www.ocbc.id/id/article/2021/07/12/paylater-adalah>.

Exchange mengungkapkan bahwa *pay later* merupakan salah satu bentuk penyelesaian transaksi digital selain *money transfer*, *e-money*, *debit card* dan lain-lain.²⁶ Fitur *pay later* tentu memberikan dampak positif dan negatif yang tidak bisa dihindarkan. Positifnya adalah fitur ini memberi keringanan kepada konsumen untuk membeli barang dengan cara berutang, sehingga konsumen tidak dibebankan pembayaran di awal. Akan tetapi fitur *pay later* juga dapat menimbulkan dampak negatif karena kemudahan yang ditawarkan sehingga perilaku konsumtif yang berlebih dapat terjadi

Trend pembayaran *pay later* di Indonesia seiring berjalannya waktu mengalami peningkatan. Hal ini ditunjang karena banyaknya pemain *pay later* dari berbagai industri dari mulai bank hingga *e-commerce*. Pada bulan Mei Tahun 2023 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatatkan bahwa *pay later* mengalami pertumbuhan sebesar 32,25% di mana pada tahun sebelumnya pengguna *pay later* tercatat 54,70 juta kontrak, hingga Mei 2023 mengalami peningkatan hingga 72,88 juta kontrak.²⁷ Jika melihat hal tersebut maka bukan tidak mungkin di tahun 2024 ini trend *pay later* akan mengalami peningkatan. Dikutip dari laman Tempo.co Bhima Yudhistira selaku Direktur Centre of Economics and Law Studies memprediksi akan terjadi peningkatan pesat dalam trend penggunaan *pay later*

²⁶ Khoirul Anam, "Banyak Fitur Paylater, Gimana Menurut Pakar?," CNBC Indonesia, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220517180250-72-339618/banyak-fitur-paylater-gimana-menurut-pakar>.

²⁷ Vina Destya and Anna Suci Perwitasari, "Pengguna Paylater Melonjak 33,25% Hingga Mei 2023," Kontan.co.id, 2023, <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-paylater-melonjak-3325-hingga-mei-2023>.

ini, hal ini disebabkan karena akses *pay later* yang mudah dan tempo pembayaran bisa disesuaikan oleh konsumen.²⁸

Regulas mengenai *pay later* di Indonesia sendiri telah diatur dalam peraturan yang diterbitkan oleh OJK dalam SEOJK Nomor 19/SEOJK.05/2023 tanggal 8 November 2023 tentang Penyelenggaraan Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi, di mana aturan ini merupakan bentuk penguatan dari aturan sebelumnya POJK Nomor 10/POJK.05/2022 tentang Layanan Pendanaan Berbasis Teknologi Informasi, yang mengatur antara lain mengenai kegiatan usaha, mekanisme penyaluran dan pelunasan pendanaan, batas maksimum manfaat ekonomi, dan penagihan.²⁹

Dari beberapa metode pembayaran yang tersedia di *e-commerce*, *pay later* memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan dibandingkan dengan metode transaksi lain. Adapun beberapa kelebihan *pay later* dikutip dari laman website OCBC diantaranya:

- 1) Proses pengajuan yang mudah dan cepat, sehingga konsumen dapat menggunakan fitur ini dalam keadaan yang mendesak tanpa perlu persyaratan yang rumit dan bisa dilakukan cukup dengan ponsel.
- 2) Tenor pembayaran yang bervariasi sehingga konsumen dapat menyesuaikan tenor pembayaran dan memilih sesuai dengan kemampuan masing-masing.

²⁸ Magang Merdeka, “Ekonom Prediksi Pengguna Paylater Akan Meningkat Pesat Pada 2024, Apa Sebabnya?,” Tempo.co, 2022, <https://bisnis.tempo.co/read/1662558/ekonom-prediksi-pengguna-paylater-akan-meningkat-pesat-pada-2024-apa-sebabnya>.

²⁹ OJK, “Siaran Pers: Peluncuran Roadmap Fintech P2P Lending 2023-2028,” 2023, <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Peluncuran-Roadmap-Fintech-P2P-Lending-2023-2028.aspx>.

- 3) Banyak promo, biasanya *e-commerce* memberikan berbagai promo menarik dengan metode pembayaran *pay later* guna menarik minat dan perhatian konsumen untuk menggunakan fitur ini

Selain beberapa kelebihan pada fitur *pay later* yang telah dijabarkan, ada beberapa kekurangan dari fitur ini:

- 1) Pengguna didorong lebih boros, dengan persyaratan yang lebih mudah dan cepat berpotensi membuat penggunanya lebih boros
- 2) Mendorong potensi terjadinya impulsif *buying*, dengan opsi pembayara yang dapat ditunda atau dicicil bukan tidak mungkin konsumen dapat berbelanja sesuka hati tanpa memperhatikan kegunaan barang yang mereka beli.
- 3) Terdapat bunga dan denda, *pay later* pada prinsip kerjanya sama dengan kredit yang membebankan bunga dan menerapkan denda ketika konsumen membayar setelah melewati batas jatuh tempo.³⁰

b. *Pay Later* Dalam Pandangan Islam

Islam yang merupakan agama *rahmatan lil alamin* telah mengatur segala aspek kehidupan manusia dari mulai manusia bangun tidur hingga manusia itu tidur kembali semuanya telah diatur dalam syariat. Islam tidak hanya mengatur perihal ibadah tetapi islam juga mengatur aspek muamalah, di mana manusia yang pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan antar satu sama lain. Dalam aspek muamalah, Allah SWT. telah mengatur semua jenis

³⁰ NISP, "Apa Itu Paylater? Kenali Pengertian & Tips Penggunaannya."

kegiatan bermuamalah baik dari segi praktiknya maupun hukumnya, seperti contohnya adalah transaksi jual beli dan utang piutang.

Pay later merupakan sebuah konsep perkembangan dari transaksi jual beli dan utang piutang di era digital saat ini. Berkembangnya teknologi merupakan suatu bentuk penyempurnaan dalam mekanisme transaksi konvensional, salah satunya adalah transaksi *pay later*. Jika dilihat dari segi hukum Islam, *pay later* memiliki perbedaan pandangan hukum di kalangan ulama, ada yang memperbolehkan dan ada juga ulama yang mengharamkan.

Jika mengacu pada fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), sebenarnya belum ada fatwa yang mengatur secara khusus tentang sistem *pay later* ini. Namun pada tahun 2021 para ulama sepakat melalui Komisi Fatwa MUI memutuskan bahwa segala bentuk pinjaman yang berbasis riba hukumnya haram. Prof. Dr. Asrorun Niam Sholeh selaku ketua MUI bidang fatwa menyampaikan secara tegas bahwa segala bentuk layanan pinjaman baik online maupun offline yang mengandung unsur riba di dalamnya hukumnya haram, meskipun didasari atas unsur kerelaan dalam melakukannya.³¹

Namun jika dilihat dari sistem *pay later* itu sendiri dapat terbagi menjadi beberapa hukum:

- 1) Dianggap riba dan hukumnya haram, bagaimana pun akad *pay later* termasuk bentuk utang, ketika dalam utang-piutang ini dikenakan beban biaya tambahan maka hal itu sudah dipastikan merupakan bentuk riba dan riba sudah dipastikan hukumnya haram

³¹ Yana, "Pembayaran Lewat Paylater, Halal Atau Haram?," HalalMUI, 2023, <https://halalmui.org/pembayaran-lewat-paylater-halal-atau-haram/>.

- 2) Hukumnya bisa menjadi tidak haram ketika utang piutang itu diberikan melalui aplikasi, karena ketika ada biaya tambahan yang dibeban oleh si pemberi utang atau dalam konteks ini pihak *e-commerce*, maka biaya tambahan tersebut dianggap sebagai biaya sewa jasa aplikasi atau dalam Islam disebut *ijarah*.
- 3) Dapat masuk dalam bentuk akad *ju'alah* (sayembara), hal ini terjadi jika dianalogikan ketika pengguna *pay later* dan pihak penyedia *pay later* seolah terjadi transaksi di mana pengguna ingin membeli suatu barang dan mencari pihak yang mau mengurus untuk mencari barang yang dibutuhkan dengan dalih akan diberikan keuntungan kepada pihak yang mau mencarikan barang yang dibutuhkan. Ulama kalangan hanabilah dan syafiiyah memperbolehkan jenis akad tersebut.³²

Telah banyak penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terdahul terkait hukum *pay later* dalam islam, seperti penelitian yang dilakukan Zaidil Ulum & Asmuni di mana hasil dari penelitiannya menjabarkana bahwa dalam *pay later* terdapat denda atas keterlambatan pembayaran sehingga hal itu bertentangan dengan prinsip ekonomi islam karena ada bunga atau beban tambahan. Adapun hukumnya boleh jika transaksi dalam *pay later* mematuhi prinsi-prinsip jual beli dalam islam.³³

³² Muhammad Syamsudin, "Kartu Kredit Online Atau Paylater Menurut Hukum Islam," NU Online, 2020, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/kartu-kredit-online-atau-paylater-menurut-hukum-islam-m7kV1>.

³³ Ziadil Ulum and Asmuni Asmuni, "Transaksi Paylater Perspektif Hukum Islam," *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan Hukum (JSYH)* 5, no. 1 (2023): 59–72, <https://doi.org/10.20885/mawarid.vol5.iss1.art5>.

Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Agisni Maulina Solihin, dkk pada fitur pembayaran Shopee *Pay Later*. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa dalam transaksi *pay later* terdapat dua jenis akad yaitu akad jual beli dan utang-piutang (qard). Walaupun secara syarat dan rukun kedua akad ini sudah sesuai dengan syariat akan tetapi dalam *Spay Later* terdapat unsur riba, yaitu riba qard dan riba jahiliyah.³⁴

Dari beberapa penjabaran yang telah disampaikan bahwa pada dasarnya hukum fitur pembayaran *pay later* dalam islam sendiri terdapat perbedaan di kalangan ulama, namun jika merujuk kepada jumhur ulama sesuai fatwa MUI maka jenis transaksi ini haram hukumnya karena termasuk dalam transaksi pinjaman yang berbasis riba walaupun belum ada fatwa yang secara jelas mengatur tentang *pay later* ini.

3. Transfer Bank

a. Pengertian

Metode pembayaran yang tidak asing dipengguna *e-commerce* adalah transfer. Transfer jika mengutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan perpindahan atau peralihan. Dalam konteks perbankan transfer merupakan metode perpindahan sejumlah dana dari rekening satu nasabah ke nasabah lain dilakukan antar sesama bank atau berbeda bank dengan tujuan

³⁴ Fauziah Mulia Fitriyani et al., “Analisis Transaksi Shopee PayLater Dalam Perspektif Hukum Islam,” *JPG: Jurnal Pendidikan Guru* 3, no. 4 (2022): 284, <https://doi.org/10.32832/jpg.v3i4.7468>.

tertentu seperti melakukan pembayaran, meningkatkan saldo rekening dan lainnya.³⁵

Transfer Bank saat ini telah mengalami perkembangan di mana, hampir setiap Bank menyediakan layanan transfer untuk pembayaran dan pembelian, yang di mana nasabah dapat menggunakan layanan ini untuk melakukan pembayaran rutin seperti listrik, air, sekolah dan lain-lain dengan cara bank memotong secara rutin saldo rekening untuk keperluan tersebut. Sedangkan layanan pembelian dapat dilakukan nasabah ketika membeli sesuatu maka nasabah dapat melakukan pembayaran melalui transfer baik melalui ATM, *Mobile Banking* atau dengan Internet Banking.³⁶

b. Jenis-jenis Transfer

Dalam mekanismenya tranfer bank memiliki beberapa jenis transfer, khususnya di Indonesia ada beberapa jenis transfer yang dapat digunakan oleh konsumen, diantaranya:

- 1) *Real Time Gross Settlement* (RTGS), merupakan sistem transfer yang menghubungkan antar bank dengan sistem RTGS Bank Indonesia (BI), di mana proses ini cepat dan biasanya proses tranfer ini memakan waktu sekitar 3-4 jam untuk sampai ke penerima transfer. Model transfer ini biasanya dilakukan untuk tranfer dalam jumlah besar dengan minimal transfer 100 juta dalam sekali transaksi

³⁵ Julia Kagan, "Transfer: Definition in Finance and Types," Investopedia, 2020, <https://www.investopedia.com/terms/t/transfer.asp>.

³⁶ Irvan, "Buku Ini Didedikasikan Untuk Pembelajaran Dan Manfaat Bagi Mahasiswa Guna Mempersiapkan Serta Memberikan Kontribusi Terbaik Bagi Perkembangan Perbankan Di Indonesia" (OJK, 2021), [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/202_Buku 2 Perbankan-ilovepdf-compressed.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/202_Buku%20Perbankan-ilovepdf-compressed.pdf).

- 2) *Real Time Online (RTO)*, metode ini merupakan sistem transfer yang dilakukan dalam waktu cepat sehingga dana yang dikirim akan langsung masuk ke rekening penerima secara bersamaan. Biasanya metode ini dilakukan untuk transfer dana dengan maksimal dana 50 juta, tergantung kebijakan setiap bank.
- 3) Sistem Kliring Nasional Indonesia (SKNI), sistem ini merupakan sistem yang dibuat oleh Bank Indonesia (BI) yang menghubungkan antar bank yang di mana sistem ini dapat melakukan pemindah bukuan antar rekening secara spesifik. Cara kerjanya memakan waktu lebih dari satu hari di mana bank akan meneruskan perintah transfer dari nasabah ke SKNI milik BI, lalu uang akan dikumpulkan oleh sistem BI dan setelah terkumpul dalam waktu tertentu maka BI akan mendistribusikan dana ke bank yang akan dituju secara berkala. Setelah bank yang dituju menerima dana yang masuk, maka dana akan diteruskan ke rekening nasabah penerima transfer.³⁷

Dalam metode pembayaran, transfer bank ini merupakan salah satu metode pembayaran yang cukup efektif dan mudah digunakan di dalam transaksi *e-commerce* karena di era modern saat ini hampir semua orang pasti menggunakan jasa bank dengan berbagai keperluan dan tujuan salah satunya untuk melakukan pembayaran.

4. SeaBank

³⁷ Mela Arnani, "3 Mekanisme Transfer Antar Bank Di Indonesia, Apa Saja?," Kompas.com, 2024, <https://money.kompas.com/read/2024/02/08/100000026/3-mekanisme-transfer-antar-bank-di-indonesia-apa-saja?page=all#page2>.

Seabank adalah salah satu fitur pembayaran baru yang tersedia di *e-commerce* Shopee. Metode pembayaran Seabank merupakan metode pembayaran yang hadir di shopee dengan tujuan mempermudah konsumen Shopee dalam melakukan pembayaran tanpa harus berpindah aplikasi.³⁸ Seabank merupakan salah satu layanan bank digital yang memfasilitasi masyarakat melakukan transaksi digital seperti menabung yang dapat dilakukan di handphone.

Pada awalnya Seabank bernama PT. Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) dan didirikan di Jakarta pada tahun 1991. Bank ini didirikan oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo yang bisnis awal fokus pada pembiayaan kepada PNS dengan pola *executing* melalui Koperasi Primer Pegawai Negeri (KPRI). Mulai melaksanakan kegiatan perbankan pada 1992, hingga 2020 aset bertumbuh hingga 3.469 Miliar dan padah 2021 berubah menjadi PT. Bank SeaBank Indonesia setelah diakuisisi oleh Sea Group yang merupakan induk dari *e-commerce* Shopee.³⁹

Terdapat beberapa kelebihan ketika melakukan transaksi melalui Seabank di Shopee, mulai dari banyak penawaran promo, mudahnya transaksi dalam satu aplikasi hingga bebas biaya admin dalam transaksinya.

³⁸ Tempo, "Pakai SeaBank Bayar Instan, Gratis Ongkir Rp0 Di Shopee," Tempo.co, 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1758332/pakai-seabank-bayar-instan-gratis-ongkir-rp0-di-shopee>.

³⁹ Seabank, "Resmi Diakuisisi Sea Group, Bank BKE Kini Berganti Nama Jadi Seabank," finansial.bisnis, 2021, <https://finansial.bisnis.com/read/20210222/90/1359176/resmi-diakuisisi-sea-group-bank-bke-kini-berganti-nama-jadi-seabank>.

5. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sebuah tahapan di mana proses pembelian akan dilakukan setelah melalui beberapa tahapan. Adapun beberapa ahli berpendapat mengenai keputusan pembelian, menurut Kotler Armstrong dikutip dari buku karya Yenni Arfah yang berjudul "Keputusan Pembelian Produk" menjelaskan bahwa "*Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers individuals and household that buy goods and services for personal consumption.*"⁴⁰ Dapat diartikan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian akhir baik untuk kebutuhan individu atau rumah tangga.

Menurut Tjiptono keputusan pembelian adalah tahapan ketika konsumen mencari informasi produk lebih dalam dan mengenal masalahnya sebelum melakukan keputusan pembelian⁴¹

Dari beberapa pendapat ahli di atas, maka dapat ditarik garis besarnya bahwa keputusan pembelian adalah tahapan akhir seorang konsumen dalam memutuskan pembelian setelah melalui beberapa proses dan pertimbangan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian menurut Suharno dan Sutarto di dalam jurnal Zubaidah Hanum dan Sahral Hidayat⁴²

⁴⁰ Yenni Arfah, Keputusan pembelian produk, ed. Bincar Nasution (PT Inovasi Pratama International, 2022).

⁴¹ Serafica Gischa, "Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli," Kompas.com, 2023, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>.

- a. Faktor budaya, di mana faktor ini mencakup dari kebiasaan suatu kelompok yang di mana secara tidak sadar adanya keinginan seseorang dalam membeli karena mempelajari suatu kebiasaan sosial di lingkungan masyarakat
- b. Faktor sosial di mana keputusan pembelian dipengaruhi lingkungan sosial seperti teman, keluarga ataupun saudara.
- c. Faktor pribadi, keputusan pembelian dilakukan dengan mempertimbangkan ekonomi, pekerjaan, gaya hidup dan karakter dari seseorang tersebut
- d. Faktor psikologis, adanya motivasi, keyakinan dan pembelajaran dari sesuatu yang terjadi dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian

6. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan;

⁴² Zubaidah Hanum and Sahral Hidayat, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan,” *Jurnal Bisnis Administrasi* 06 (2017): 37–43.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel Penelitian
Umi Amalia Nasution, Evina Harahap dan Mulya Rafika ⁴³	Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)	Kuantitatif	. Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh harga, ulasan produk, dan sistem pembayaran COD terhadap keputusan pembelian di Shopee. Hasil uji hipotesis yang dilakukan secara bersama-sama (uji f) memperlihatkan jika harga, ulasan produk, dan sistem pembayaran COD berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee, dimana nilai F hitung $(74,219) > F$ tabel $(2,71)$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,1$. Sehingga dapat	Persamaan dari variabel dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel COD sebagai (X) dan variabel keputusan pembelian

⁴³ Nasution, Harahap, and Rafika, "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)."2022

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel Penelitian
			disimpulkan semakin baik harga, ulasan produk, dan sistem pembayaran COD maka semakin baik pula keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa FEB ULB pada Aplikasi Shopee	
Mayangsari & Siti Aminah ⁴⁴	Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo	kuantitatif	Berdasarkan pengujian, didapat hasil dan kesimpulan bahwa penilaian produk, promosi dan layanan COD berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee di Sidoarjo	Persamaan variabel penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah variabel COD (x) dan Variabel keputusan pembelian (Y)
Inggardini Asarila Canestren & Marheni	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Rersiko Terhadap	Kuantitatif, deskriptif	Berdasarkan hasil analisis deskriptif, keputusan	Persamaan pada variabel penelitian yang akan

⁴⁴ Mayangsari Mayangsari and Siti Aminah, "Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan COD (Bayar Di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Sidoarjo," *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6, no. 2 (2022): 498, <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel Penelitian
Eka Saputri ⁴⁵	Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater		pembelian dimata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik.	dilakukan adalah variabel Pay Later
Diamona Stialanisa & Rudi Tobing ⁴⁶	Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Dan Metode Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce di Indonesia	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan Metode Pembayaran Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, Promosi Gratis Ongkir dan Metode Pembayaran Paylater berpengaruh secara simultan	Persamaan variabel dalam penelitian ini adalah pada variabel pay later sebaga variabel independent dan keputusan pembelian sebagai variabel dependent.

⁴⁵ Inggardini Asarila Canestren and Marheni Eka Saputri, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater," *Public Knowledge Project Telkom University* 2, no. 1 (2019): 89–103, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>.

⁴⁶ Diamona Stialanisa and Rudy Tobing, "Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Dan Metode Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 245–57, <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i2.2306>.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel Penelitian
			terhadap Keputusan Pembelian.	

Tabel 2.1 di atas merupakan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang cukup relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Adapun beberapa pembaharuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah objek penelitian yang berbeda, di mana objek penelitian ini merupakan masyarakat muslim Kota Tasikmalaya. Selain itu ada variabel baru yang masih belum banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu metode pembayaran Seabank.

B. Kerangka Pemikiran

Dalam aktivitas belanja online konsumen cenderung memperhatikan beberapa sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Dari penelitian-penelitian terdahulu menjelaskan ada berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian online, salah satunya adalah kemudahan. Di era yang serba digital ini masyarakat akan lebih cenderung memanfaatkan teknologi dalam melakukan aktivitas transaksi dalam membeli suatu barang.

Kemudahan akan melakukan pembayaran dalam belanja online tentu menjadi nilai lebih di mata konsumen terhadap platform tersebut. Shopee yang merupakan platform belanja online yang diminati cukup tinggi di Indonesia selalu

menyediakan berbagai fitur pembayaran yang menarik untuk digunakan oleh konsumennya. Tujuan dari tersedianya pilihan fitur pembayaran tentu untuk menarik minat konsumen dan memudahkan konsumen mereka dalam melakukan pembayaran sesuai dengan keinginan fitur yang digunakan.

Setidaknya ada beberapa fitur pembayaran yang cukup populer digunakan oleh konsumen Shopee yaitu COD, Spay Later dan Transfer Bank. Ketiga fitur ini merupakan fitur pembayaran yang tersedia di Shopee dan paling banyak digunakan oleh para konsumen Shopee. Selain ketiga fitur tersebut ada satu fitur yang menarik yang baru diluncurkan oleh Shopee, yaitu fitur pembayaran seabank.

Pay later merupakan salah satu variabel bebas yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Urfiah dkk,⁴⁷ menyatakan bahwa metode pembayaran *pay later* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara dalam penelitian lain yang dilakukan oleh hartini&Asih⁴⁸ menyatakan bahwa *pay later* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

Seabank merupakan metode pembayaran yang cukup baru di *e-commerce* Shopee, Seabank dalam penelitian ini menjadi variabel bebas yang akan diteliti sebagai salah satu faktor dalam menentukan keputusan pembelian. Dari hasil pengamatan penulis, penelitian mengenai Seabank belum banyak dilakukan.

⁴⁷ Urfiah, Kamila, and Syarifah, "Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 Dan 20 UPN Veteran Jakarta)."

⁴⁸ Hartini Prasetyo Wulandari and Asih Endah Subandiyah, "Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee Paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee Di Yogyakarta," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 9, no. 2 (2022): 80, <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>.

Adapun salah satu penelitian yang mendekati dan dapat dijadikan sebagai gambaran untuk dugaan awal adalah penelitian yang dilakukan oleh Grace & Yolanda,⁴⁹ dalam hasil penelitiannya menyatakan Seabank merupakan salah satu faktor yang disukai oleh konsumen karena banyak keuntungan yang didapat ketika menggunakan Seabank dalam transaksi di Shopee.

Cash on Delivery (COD) merupakan sebuah metode pembayaran dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umi & Elvina,⁵⁰ menyatakan bahwa sistem COD memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di aplikasi Shopee. Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Mayangsari & Siti Aminah,⁵¹ di mana hasilnya bahwa COD memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Sidoarjo.

Transfer bank merupakan metode pembayaran yang cukup familiar digunakan, transfer bank dalam penelitian ini sebagai variabel bebas yang akan diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Dari hasil riset terhadap berbagai sumber, penulis belum menemukan penelitian terdahulu yang membahas mengenai metode pembayaran ini apakah berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun dari hasil riset awal yang dilakukan oleh penulis bahwa

⁴⁹ Grace Putlia and Yolanda Effieta, "Gaya Hidup Generasi Sandwich: Studi Kasus Perilaku Belanja Online Konsumen Shopee," *Jmsab* 6, no. 1 (2023): 123–36, <http://www.ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/883>.

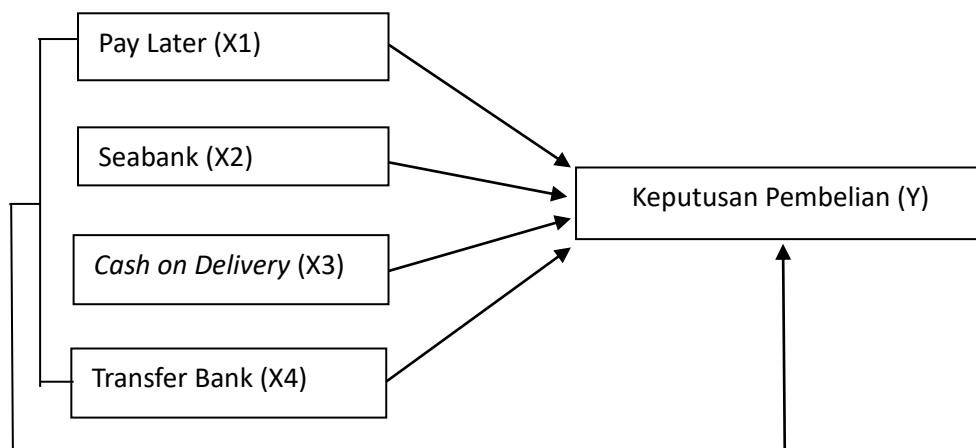
⁵⁰ Nasution, Harahap, and Rafika, "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Sistem Pembayaran COD Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB-ULB)."

⁵¹ Mayangsari and Aminah, "Pengaruh Penilaian Produk, Promosi Dan Layanan COD (Bayar Di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Sidoarjo."

transfer bank merupakan metode pembayaran di urutan kedua yang disukai oleh konsumen shopee.

Seabank menjadi pembayaran yang cukup menarik karena fitur ini belum ada di *e-commerce* lain, sehingga kemunculannya tentu menjadi pembeda antara Shopee dengan para pesaingnya. Fitur ini juga merupakan fitur baru yang masih belum ada penelitian yang mengkaji secara spesifik pengaruh fitur ini terhadap keputusan pembelian

Dari teori-teori yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis membuat sebuah konsep kerangka berfikir yang menggabungkan variabel Independent yang di mana dalam penelitian ini ada empat variabel yaitu Pay Later (X1), Seabank (X2), *Cash on Delivery* (X3) dan Transfer Bank (X4) akan diteliti pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependent.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis

1. Hipotesis 1

H₀₁: *Pay Later* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee

H_{a1}: *Pay Later* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee

2. Hipotesis 2

H₀₂: Seabank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

H_{a2}: Seabank berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

3. Hipotesis 3

H₀₃: COD tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

H_{a3}: COD berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

4. Hipotesis 4

H₀₄: Transfer Bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

H_{a4}: Transfer Bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

5. Hipotesis 5

H₀₅: Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari metode pembayaran Pay Later, Seabank, Cash on Delivery dan Transfer Bank terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.

H_{a5}: Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari metode pembayaran Pay Later, Seabank, Cash on Delivery dan Transfer Bank terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee.