

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kontrol Diri

1. Pengertian kontrol diri

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya¹⁶.

Dalam buku Risnawati tahun 2010, Averill mengemukakan bahwa kontrol diri ialah kemampuan dalam diri individu yang digunakan untuk mengontrol tindakan langsung terhadap lingkungan, pemahaman makna terhadap peristiwa dan kontrol terhadap alternatif suatu pilihan perilaku pada kehidupan sehari-harinya. Sedangkan Goldfried dan Merbaum mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsep konsekuensi positif.¹⁷

Rodin (Risnawati&Guffron, 2010) menyebutkan bahwa kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan

¹⁶ Ghufro dan Risnawati, *Teori-teori psikologi*. (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2010), 21-22

¹⁷ Ibid., h.22

mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.¹⁸

Thompson menyatakan bahwa unsur utama yang menjadi poin penting dalam manifestasi kontrol diri ialah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan dorongan dari dalam dirinya. Di saat inilah mereka bisa atau tidak melakukan pemantauan terhadap dirinya. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa setiap kontrol adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan serta mengarahkan perilaku yang ada dalam dirinya dan mengarahkannya ke arah yang lebih positif. Selain itu, kontrol diri dapat dimaknai sebagai pengendalian terhadap tingkah laku yang berpotensi negatif.¹⁹

2. Aspek-aspek kontrol diri

Menurut Averill (Dalam buku Risnawati&Guffron, 2010) terdapat tiga aspek kontrol diri yakni sebagai berikut:²⁰

1) Kontrol perilaku (*Behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung dan dapat memodifikasi suatu

¹⁸ A.F, Utami. Sumaryono, "Pembelian Impulsive ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin Pada Remaja". *Jurnal psikologi proyeksi*, (Oktober 2008), 48

¹⁹ Ibid., 48

²⁰ Risnawati, *Teori*.,29-31

keadaan yang tidak atau kurang menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dibedakan menjadi dua komponen yaitu, yang pertama adalah mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) yang merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi dan keadaan tersebut. Apakah diri individu itu sendiri atukah aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila mampu individu tersebut akan menggunakan sumber eksternal. Kemudian yang kedua, yakni kemampuan untuk memodifikasi *stimulus* artinya kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan *stimulus* yang tidak dikehendaki dihadapi.

2) Kontrol kognitif (*Cognitive control*)

Yakni merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasikan, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini juga dibagi menjadi dua komponen diantaranya sebagai berikut, yang pertama memperoleh informasi (*information gaun*) dan yang kedua yakni melakukan penilaian (*appraisal*). Adanya informasi pada diri individu mengenai suatu keadaan yang tidak atau kurang menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Individu yang melakukan penilaian berarti individu tersebut berusaha menilai dan

menafsirkan suatu keadaan dan peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3) Mengontrol keputusan (*Decisional control*)

Yaitu kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada apa yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

3. Jenis-jenis kontrol diri

Menurut Block (Dalam Risnawati&Guffron, 2010) terdapat tiga jenis kontrol diri, yaitu sebagai berikut:²¹

a. *Over control*

Yaitu kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.

b. *Under control*

Yaitu merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.

c. *Opriate control*

Yang merupakan kontrol diri dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

²¹ Ibid., 29

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol diri

Sebagaimana faktor psikologis lainnya, kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Secara garis besarnya disebutkan dalam buku Ghufron dan Risnawita tahun 2014²², terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal (dari diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu) yaitu sebagai berikut:²³

a. Faktor intenal

Usia adalah faktor yang ikut berperan dalam kontrol diri individu. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan dalam mengontrol dirinya.

b. Faktor eksternal

Salah satunya faktor eksternal ialah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama pola asuh orang tua akan menentukan bagaimana bahwa kontrol diri seorang individu. Sedangkan pendapat *Logue* (dalam buku Sriyanti), mengemukakan bahwa faktor genetik juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kontrol diri seseorang. Faktornya yakni:²⁴

a. Genetik

²² Risnawati., 32

²³ Ibid.,

²⁴ Sriyanti, "pembentukan self control dalam perspektif nilai multikultural".(Salatiga 2013). 3

Faktor genetik atau faktor keturunan sangat mempengaruhi kontrol diri seseorang. Anak yang berasal dari keturunan impulsif maka ia akan mempunyai kecenderungan berperilaku impulsif.

b. Lingkungan

Faktor lingkungan mempengaruhi perkembangan kontrol diri seseorang yaitu perilaku orang tua yang diamati anak, gaya pengasuhan, dan budaya.

c. Usia

Faktor usia turut pula mempengaruhi tingkat kontrol diri individu. Pada usia kanak-kanak, individu akan cenderung lebih impulsif dibanding individu yang lebih dewasa. Hal itu berarti semakin bertambahnya usia individu, semakin baik pula kemampuannya mengendalikan diri.

Kemudian Calhoun dan Acocella dalam buku Utami dan Sumaryono, mengemukakan bahwa keberhasilan kontrol diri dipengaruhi oleh tiga faktor dasar, yaitu:²⁵

- a. Memilih dengan tidak tergesa-gesa
- b. Memilih di antara dua perilaku yang bertentangan, yang satu memberikan kepuasan seketika dan yang satunya memberikan *reward* jangka panjang.

²⁵ Sumaryono, "Pembelian impulsif ditinjau dari kontrol diri dan jenis kelamin pada remaja". (Jurnal Psikologi Proyeksi Volume 3 Nomor 1 Tahun 2008). 48

- c. Memanipulasi stimulus dengan tujuan membuat sebuah perilaku menjadi tidak mungkin dan perilaku satunya memungkinkan

B. *E-commerce*

1. Pengertian *e-commerce*

Electronic Commerce atau yang disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service provided* dan pedagang perantara (*Intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu *internet*. Penggunaan sarana *internet* merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spectrum kegiatan komersial. Hal ini disebabkan *internet* merupakan jaringan komputerisasi yang sifatnya sangat *global* yakni dapat diakses keseluruh dunia pada waktu yang tidak terbatas atau dengan kata lain *online* 24 jam setiap hari dalam 7 hari seminggu. Transaksi *E-commerce* menurut undang-undang No.11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik dengan transaksi elektronik disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya.²⁶ Sedangkan menurut ayat (17) disebutkan bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.

²⁶ Abdul Halim, "*Hukum Transaksi Elektronik, sebagai panduan dalam menghadapi Era digital Bisnis e-commerce di Indonesia*" (Bandung 2017), 11-

Sistem elektronik tersebut menurut pasal yang sama dalam ayat (5), disebutkan bahwa sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi untuk mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirim, dan / atau melakukan informasi elektronik. Apabila dilihat ketentuan dalam Undang-undang informasi dan transaksi elektronik tersebut, tidak berdasarkan penjelasan mana yang dipakai dalam jual beli tersebut.

Istilah *E-commerce* yang didefinisikan oleh Julian ding adalah sebagai berikut:²⁷

“Electric commerce or E-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must be considered an open system (e.g. the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirement”.

Dalam pengertian yang dimaksud *e-commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hal. Transaksi komersial ini terdapat dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan

²⁷ Ibid., 11

media ini dalam public network atas sistem yang berlawanan dengan private network (sistem tertutup). Dan sistem *the public network* ini harus mempertimbangan sistem terbuka.

Dalam kamus *Black's Law Dictionary Seventh Edition e-commerce* didefinisikan sebagai berikut:

“E-commerce the practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The e, shortened form of electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction.”

Disini dapat dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen online di *internet*. Model transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*.

Menurut *ECEG- Australia (Electronic Commerce Expert Group)* yakni sebagai berikut²⁸:

“Electronic Commerce is a broad concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI (electronic data interchange), internet and telephone”

Berdasarkan pengertian yang diberikan *ECEG-Australia (Electronic Commerce Expert Group)*, maka pengertian *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam artian tidak hanya media *internet* yang

²⁸ Abdul Halim, “*Sengketa Transaksi E-commerce Internasional*” (Banjarmasin 2010), 23

dimaksudkan, tetapi juga melingkupi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya, seperti; facsimile, tilex, EDI (*electronic data interchange*), internet dan telepon.

Definisi serupa diberikan oleh Kamlesh K.Bajaj dan Debjani Nag menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan suatu bentuk pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas (*papaerless ecxhange of busniness information*) melainkan dengan menggunakan data *Electronic Data Interchange(EDI)*, *Electronic mail (E-mail)*, *Electronic bulletin Boards (EBB)*, *electronic Funds Tranfer (EFT)* dan melalui jaringan lainnya.²⁹

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli melalui media elektronik (*internet*) untuk menjual, membeli, dan menawarkan sebuah barang atau produk.

2. Jenis-jenis *E-commerce*

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara para pelaku bisnis. Kemajuan teknologi ini memungkinkan untuk dilaksanakan hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang disebut dengan internet (*e-commerce*).³⁰ Berikut ini adalah jenis-jenis *e-commerce* yang mempermudah dalam berbelanja tanpa membutuhkan pertemuan, yaitu sebagai berikut:

²⁹ Ibid., 24

³⁰ Halim, *Transaksi Elektronik.*, 33-35

a. Lazada

Lazada diluncurkan pada bulan Maret 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini. Lazada Indonesia merupakan salah satu bagian dari jaringan retail online Lazada Group yang beroperasi di enam negara di Asia Tenggara, yang terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Malaysia, Lazada Thailand, Lazada Vietnam, lazada Singapore dan Lazada Filipina. Lazada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan ritel *e-commerce*³¹. Berikut ini adalah fitur-fitur yang ada di Lazada, yakni diantaranya:

- a) LazMall
- b) Murah Nampol
- c) Voucher Belanja dll.

b. Toko pedia

Tokopedia.com resmi diluncurkan ke public pada 17 Agustus 2009 dibawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. PT. Tokopedia mendapatkan seed fundig (pendanaan awal) dari PT Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Tokopedia memiliki banyak produk digital yang membuat para penggunanya semakin nyaman menggunakan Tokopedia untuk keperluan sehari harinya, seperti³² :

- a) Fashion terkini

³¹ www.lazada.co.id diakses tahun 2021

³² www.tokopedia.com diakses tahun 2021

- b) Diskon untuk pengguna baru
 - c) Voucher Belanja dll
- c. JD.id

JD.id pertama kali beroperasi di Indonesia pada November 2015 dan saat ini memiliki 12 kategori pilihan produk untuk dijual yang akan terus bertambah seiring dengan perkembangan usahanya di Indonesia. Ragam kategori produknya bervariasi mulai dari Ibu dan anak, smartphones, perangkat elektronik, hingga luxury. JD.id mengemban misi *'make the joy happen'* -menghadirkan kebahagiaan- kepada seluruh pelanggan di Indonesia dengan memberikan layanan andal, cepat, dan aman untuk memilih serangkaian produk-produk berkualitas asli dengan harga yang kompetitif. Dengan memanfaatkan armada logistik miliknya sendiri serta didukung oleh jaringan mitra di seluruh Indonesia, JD.ID dapat menyediakan layanan antar yang cepat dan dapat diandalkan di seluruh wilayah Indonesia. Berikut fitur-fitur yang ada pada *e-commerce* JD.id³³:

- a) Smartphone
- b) Fashion&kecantikan
- c) Voucher belanja, diskon dll.

³³ *www.jd.id diakses tahun 2021*

d. Sociolla

Sociolla didirikan pada tahun 2015 untuk memberikan pengalaman belanja online kecantikan yang lebih baik secara nasional. Pendiri *e-commerce* ini percaya bahwa wanita harus merasa percaya diri dan nyaman dalam mengejar berbagai produk kecantikan. Sociolla kini memiliki lebih dari 150 merek kecantikan dan lebih dari 5.000 pilihan produk, yang dirancang untuk melayani Anda dengan lebih baik³⁴:

- a) Skincare
- b) Flash sale
- c) Diskon dll.

e. Blibli

Blibli, berdiri pada tahun 2011, merupakan *e-commerce* buatan Indonesia dengan model bisnis yang fokus pada B2B, B2C, dan B2B2C (Business to Business to Consumer). Sebagai mal online terbesar dan terpercaya, Blibli menawarkan berbagai pilihan produk berkualitas yang disediakan oleh lebih dari 100.000 mitra usaha, mulai dari kebutuhan primer, produk elektronik termasuk gadget, kebutuhan sehari-hari hingga produk untuk keperluan gaya hidup. Beberapa fitur yang ada dalam *e-commerce* Blibli³⁵, yakni sebagai berikut:

- a) Tagihan & isi ulang

³⁴ www.sociolla.com diakses pada tahun 2021

³⁵ www.blibli.com diakses tahun 2021

- b) Voucher belanja
- c) Diskon dll
- f. Buka Lapak

Bukalapak didirikan oleh Achmad Zaky pada awal tahun 2010 sebagai divisi agensi digital bernama Suitmedia yang berbasis di Jakarta. Namun, Bukalapak baru berstatus sebagai sebuah Perseroan Terbatas (PT) pada September 2011 dan dikelola oleh manajemen yang dipimpin oleh Achmad Zaky sebagai CEO (Chief Executive Office) dan Nugroho Herucahyono sebagai CTO (Chief Technology Officer) (Sumber: www.startupbisnis.com (diakses 20 Mei 2021)).

Setelah berdiri kurang lebih setahun, pada tanggal 18 Maret 2014 Bukalapak pun meluncurkan aplikasi selular untuk Android. Aplikasi yang dikenal dengan mobile Bukalapak tersebut diciptakan khusus untuk para penjual untuk mempermudah penjual dalam mengakses lapak dagangannya dan melakukan transaksinya melalui smartphone. Sejak pertama kali diluncurkan sampai dengan 3 Juli 2014, aplikasi tersebut telah di download oleh lebih dari 87 ribu user Bukalapak. Beberapa fitur yang ada dalam *e-commerce* buka lapak³⁶, yakni sebagai berikut:

- a) Bazar s.d 90 %
- b) Paket data

³⁶ www.bukalapak diakses tahun 2021

c) Voucher Gratis ongkir dll.

g. Zalora

ZALORA Indonesia didirikan pada tahun 2012. Saat ini, ZALORA Indonesia merupakan retail online fashion dengan perkembangan paling pesat di Asia. Situs di setiap negara memastikan bahwa produk fashion disesuaikan dengan selera negara masing-masing dan mengadaptasi preferensinya. Dengan pilihan lebih dari 500 brand lokal dan internasional, kami membawa fashion ke dalam dimensi yang lebih baik dari sebelumnya. Kami menawarkan pakaian wanita, pakaian pria, sepatu, aksesoris, perlengkapan olahraga, busana muslim, dan banyak lagi. Hal inilah yang membuat toko ZALORA menjadi tujuan utama fashion online di Indonesia. Terdapat ribuan brand lokal dan internasional original dan berkualitas untuk melengkapi kebutuhan fashion Anda. Jika nanti pesanan tidak memuaskan Anda, nikmati gratis 30 hari pengembalian dengan mudah di seluruh Indonesia³⁷.

h. Shopee

Shopee adalah *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura dibawah naungan SEA Group yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas

³⁷ www.zalora.com diakses 20 Mei tahun 2021

jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Pada tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil yang menjadikannya negara pertama di Amerika Selatan dan luar Asia yang dikunjungi Shopee. Shopee pertama kali meluncur sebagai marketplace consumer to consumer (C2C). Namun kini mereka telah beralih ke model hibrid C2C dan business to consumer (B2C) semenjak meluncurkan Shopee Mall yang merupakan platfor toko daring untuk brand ternama.

Pada tahun 2017, platform ini mencatat 80 juta unduhan aplikasi dengan lebih dari empat juta penjual dan lebih dari 180 juta produk aktif. Pada kuartal keempat tahun 2017, Shopee melaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US\$1,6 miliar, naik 206% dari tahun sebelumnya (Shopee, 2020). Layanan Shopee terus berkembang hingga kini Shopee memiliki banyak fitur layanan seperti sebagai berikut:³⁸

- a. Shopee Loyalty, yaitu program apresiasi yang diberikan kepada para pelanggan setia Shopee.
- b. Shopee *Live*, yaitu fitur yang memungkinkan penjual untuk membuat sesi *live streaming* untuk mempromosikan toko & produk secara langsung ke pembeli.

³⁸ Apa itu ShopeePayLater, [https://help.Shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Shopee PayLater](https://help.Shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Shopee-PayLater), “diakses pada” 10 April pukul 09.44 WIB

- c. Shopee Pay, yaitu fitur layanan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana di Shopee.
- d. Koin Shopee, yaitu uang virtual resmi di Shopee yang akan dikreditkan ke akun pelanggan setiap pelanggan berhasil berbelanja di Shopee Mall.
- e. Shopee Games, yaitu games yang ada di Shopee guna memberikan promosi yang berbeda dan menarik bagi masyarakat. Gratis Ongkir, yaitu memberikan kesempatan bagi penjual untuk menawarkan minimal pembelian gratis ongkir kepada pembeli dengan syarat dan ketentuan program.
- f. Cashback Xtra Shopee, yaitu memberikan kesempatan kepada penjual untuk menawarkan cashback kepada pembeli dengan syarat dan ketentuan program (Shopee, 2020).
- g. ShopeePayLater

ShopeePayLater adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. Setelah melakukan transaksi pembelian menggunakan ShopeePayLater, nantinya pelanggan akan membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang dipilih saat melakukan transaksi pembayaran di aplikasi Shopee. Cicilan di ShopeePayLater merupakan hasil kerjasama PT Lentera Dana Nusantara dan PT.

Commerce Finance yang telah terdaftar dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan).³⁹

Shopee memperkenalkan fitur pembayaran kartu kredit digital teranyar yang dinamai ShopeePayLater. Fitur ini sudah digulirkan sejak Maret 2019, namun masih dalam tahap beta dan belum diperkenalkan secara resmi. Pihak Shopee belum bersedia memberikan tanggapannya dalam arikel *DailySocial*.⁴⁰

ShopeePayLater dapat diaktifkan apabila pelanggan di Shopee terpilih untuk menjadi pengguna fitur ShopeePayLater. Untuk mendapatkan ShopeePayLater ini, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Adapun syarat yang pertama yaitu, akun Shopee harus terdaftar dan telah terverifikasi. Kemudian akun Shopee sudah dalam jangka tiga bulan pemakaian serta sering digunakan untuk bertransaksi. Selanjutnya akun pelanggan juga harus di update ke aplikasi Shopee terbaru. Setelah memenuhi persyaratan tersebut, pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian dan memilih ShopeePayLater sebagai metode pembayaran. Apabila fitur ShopeePayLater belum tersedia artinya pelanggan belum memenuhi persyaratan yang diajukan oleh Shopee. Sebaliknya,

³⁹ Irvindya, "Inilah 5 Fakta Tentang Cicilan ShopeePayLater yang Perlu Kamu Ketahui" Shopee.co.id, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/fakta-tentang-cicilan-shopeepaylater-yang-perlu-kamu-ketahui/>, 17 September 2020 diakses pada tanggal 19 maret 2021

⁴⁰ Marsya Nabila, "Shopee Jadi Marketplace Berikutnya yang Miliki Produk PayLater", <https://dailysocial.id/post/shopee-paylater>, 18 November 2019 diakses pada tanggal 19 maret 2021

jika metode pembayaran ShopeePayLater sudah tersedia, otomatis akun ShopeePayLater pelanggan telah disetujui.

Aktivasi ShopeePayLater hanya bisa dilakukan melalui aplikasi Shopee. Pengguna akan diminta untuk menunjukkan foto KTP serta verifikasi wajah. Shopee juga akan membutuhkan informasi tambahan tentang pengguna salah satunya tentang pekerjaan. Pengajuan aktivasi akan diperiksa oleh tim terkait dalam kurun waktu 2x24 jam. Apabila disetujui pengguna akan mendapatkan notifikasi bahwa pengguna telah berhasil menggunakan ShopeePayLater. Pengguna juga akan mendapatkan limit kredit yang nilainya disesuaikan dengan seberapa tinggi tingkat transaksi pembelian di Shopee. Semakin sering pelanggan berbelanja, limit ShopeePayLater yang diterima juga semakin besar.

Untuk membayar tagihan ShopeePayLater, pengguna diwajibkan untuk membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang telah dipilih. Saat ini ada 3 periode cicilan yang tersedia yakni 2 bulan, 3 bulan, dan 6 bulan. ShopeePayLater menawarkan bunga yang sangat minim, dan pengguna dapat memilih sendiri tanggal jatuh temponya, yakni pada tanggal 5 atau 11 setiap bulannya. Pengguna yang terlambat membayar tagihan sesuai dengan tanggal jatuh tempo, maka pengguna akan dikenakan denda 5% per bulan dari total tagihan.

Pembayaran ShopeePayLater dapat dilakukan lewat Shopee pay, virtual account, atau Indomaret. Fitur ShopeePayLater menyediakan beberapa menu salah satunya menu pilihan riwayat transaksi dimana pengguna dapat melihat catatan barang yang sudah dibeli dan dibayar. Selain itu ada pilihan menu tagihan yang berisi pemberitahuan mengenai jumlah tagihan yang akan dibayar serta waktu batas pembayaran. Pengguna ShopeePayLater juga dapat menambah limit pinjaman. Penambahan limit pinjaman tergantung dari apa pekerjaan yang dimasukan oleh pelanggan saat mendaftar. Pelanggan dapat mengajukan limit hingga Rp.1.8 Juta dengan memilih tombol ajukan. Ketika pelanggan tidak menggunakan ShopeePayLater sama sekali, maka pelanggan juga tidak akan dikenakan tagihan apapun. Pembayaran melalui ShopeePayLater juga tidak memiliki minimum transaksi.

Pelanggan bisa checkout selama masih memiliki limit pinjaman dan tidak memiliki keterlambatan pembayaran tagihan. Namun jika pelanggan terlambat membayar, pelanggan tidak dapat melakukan checkout dengan ShopeePayLater sampai tagihan lunas. Keterlambatan juga dapat mempengaruhi limit ShopeePayLater serta mengakibatkan pembekuan akun Shopee, pembatasan voucher Shopee, tercatat dalam SLIK (sistem layanan informasi

keuangan) dan penagihan lapangan. ShopeePayLater hanya bisa digunakan pada produk tertentu di Shopee seperti produk elektronik, fashion, kebutuhan rumah tangga dan makanan. Sementara untuk pembelian pulsa, tagihan atau voucher, ShopeePayLater tidak dapat digunakan.

3. Manfaat *e-commerce*

Banyak manfaat yang dipetik pembeli, baik manfaat secara struktural maupun efektifitas dalam transaksi *e-commerce*, diantaranya sebagai berikut:⁴¹

- a. Efektif, pembeli dalam artian dapat memperoleh informasi dan bertransaksi setiap saat dengan akurat, cepat dan murah.
- b. Biaya terkendali, dalam artian biaya transport menuju lokasi untuk memilih barang, perbandingan harga dengan pelaku usaha lain dan transaksi yang dapat ditekan serendah mungkin, karena semua proses dapat dilakukan dari balik meja dan hanya menekan klik *mouse*.
- c. Aman secara fisik, dalam artian para pembeli akan merasa aman dalam melakukan transaksi dengan jumlah uang yang sangat besar, dibandingkan pada pasar tradisional. Risiko kecopetan atau perampasan sangat kecil, meskipun ada risiko perangkat lunak yang akhir- akhir ini merebak, yaitu perampokan nomor kartu kredit dan pembobolan sistem (*hacker*)

⁴¹ Halim, *Sengketa E-commerce*, 27-28

- d. Harga murah, oleh karena pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran dan meraih manfaat dari penerapan *just in time*, pembeli kemungkinan mendapatkan harga produk lebih murah dan.
- e. Fleksibel, dalam artian pembeli dapat melakukan transaksi dari berbagai tempat dengan berbagai kondisi, seperti dari rumah, kantor, perpustakaan, warnet, atau tempat-tempat lain. Pembeli juga tidak perlu mengkondisikan diri untuk berpakaian dan berpenampilan rapi seperti belanja pada pasar konvensional.

C. Mahasiswa

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri dari sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah Universitas.⁴² Dalam hal ini yang ditinjau adalah mahasiswa strata 1, yaitu individu yang sedang menempuh studi di jenjang strata 1 perguruan tinggi. Di Indonesia, rata-rata mahasiswa jenjang strata 1 adalah mereka yang berusia 18-24 tahun.

Pada rentang usia ini, mahasiswa umumnya ada di tahap perkembangan dewasa awal. Masa dewasa awal adalah masa transisi dari masa remaja menuju masa dewasa, yang terjadi pada usia akhir remaja hingga 20-an tahun dan baru berakhir kira-kira di usia 30 tahun (Santrock, 2002).⁴³

⁴²Wiki Pedia, <https://id.wikipedia.org/wiki/Mahasiswa>, 4 Juli 2021. Diakses pada tanggal 18 Juli 2021

⁴³ Santrock, J.W. Life Span Development, Perkembangan Masa Hidup, Jilid 2, Penerjemah: Chusairi dan Damanik. (Jakarta: 2002), 129

Masa dewasa awal ditandai dengan berbagai ciri khas seperti pencapaian kemandirian personal dan ekonomi, pengembangan karir, dan bagi sebagian orang juga menjadi masa pemilihan pasangan hidup (Santrock, 2002).⁴⁴ Kemandirian personal yang dimaksud disini adalah kemampuan untuk mengambil keputusan bagi diri sendiri, sedangkan kemandirian ekonomi yang dimaksud adalah bahwa mereka yang berada dalam kelompok usia ini biasanya sudah tidak ingin bergantung pada orang tua mereka dan sudah memiliki keinginan untuk memiliki penghasilan sendiri serta menghidupi dirinya sendiri.

Mahasiswa umumnya berkuliah atas biaya dari orang tua dan belum ada kebutuhan yang mendesak untuk bekerja, kecuali bagi mereka yang secara ekonomi berada di tingkat menengah ke bawah. Pada subjek dalam penelitian ada empat subjek dimana kedua mahasiswa menyatakan bahwa ia kuliah dengan biaya sepenuhnya dari orang tuanya. Sedangkan dua subjek selanjutnya mengatakan bahwa ia ikut membantu membiayai kuliahnya dengan cara bekerja *part time*.

D. Dinamika

Kata Dinamika berasal dari kata *Dynamics* (Yunani) yang bermakna “kekuatan”. Menurut Santoso,⁴⁵ dinamika berarti tingkah laku individu yang satu secara langsung memengaruhi individu yang lain secara timbal balik. Dinamika berarti adanya interaksi dan interdependensi atau

⁴⁴ Ibid.,

⁴⁵ Santosa, "Dinamika kelompok". (Jakarta: 2009), 5

saling bergantung. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu sebagai berikut:⁴⁶

- a. Gerak (dari dalam)
- b. Tenaga yang menggerakkan
- c. Semangat
- d. Kelompok gerak atau kekuatan yang dimiliki sekumpulan orang dalam masyarakat yang dapat menimbulkan perubahan dalam tata hidup masyarakat yang bersangkutan.
- e. Pembangunan gerak yang penuh gairah dan penuh semangat dalam melaksanakan pembangunan.
- f. Sosial gerak masyarakat secara terus-menerus yang menimbulkan perubahan dalam tata hidup masyarakat yang bersangkutan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kata dinamika diartikan sebagai gerak dari dalam pada diri individu. Apabila dikaitkan dengan kontrol diri dinamika dapat diartikan sebagai proses menggali terjadinya kontrol diri pada subjek.

⁴⁶ <https://kbbi.web.id/dinamika>