



PENGEMBANGAN VIDEO PAP (PEOPLE AND PAYLATER) SEBAGAI MEDIA EDUKASI PENGGUNAAN PAYLATER DALAM PANDANGAN ISLAM BAGI GENERASI Z

Zahwa Imala¹, Eksa Putri Pradanasty², Indri Rahayu Septiani³, Ani Nur Aeni⁴

¹²³⁴Universitas Pendidikan Indonesia, Jalan Mayor Abdurrachman No. 211, Sumedang
Korespondensi Penulis. E-mail: zahwa@upi.edu, Tlp: +6285523514930

Abstrak

Artikel ini mengambil judul “Pengembangan Video PAP (People And PayLater) Sebagai Media Edukasi Penggunaan PayLater Dalam Pandangan Islam Bagi Generasi Z”. Dalam penelitian ini peneliti berupaya untuk mengkaji penggunaan PayLater yang dilakukan oleh kalangan generasi Z berdasarkan perspektif agama Islam dengan menggunakan video animasi PAP (People And PayLater) yang telah peneliti kembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada generasi Z terhadap kemudahan teknologi ketika melakukan transaksi dengan menggunakan fitur PayLater melalui pengembangan video PAP (People And PayLater) dan untuk meningkatkan kesadaran generasi Z akan pandangan Islam dalam penggunaan fitur PayLater. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan model Design and Development (D&D) atau desain dan pengembangan. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat dengan subjek penelitiannya yaitu generasi Z yang berjumlah 40 orang. Hasil penelitian menunjukkan penilaian produk video PAP (People And PayLater) mendapatkan penilaian dengan rata-rata 63,12% dengan klasifikasi baik. Responden menilai produk video PAP (People And PayLater) sangat bermanfaat dan desainnya menarik.

Kata Kunci: PayLater, Video PAP (People And PayLater), Generasi Z

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi didukung oleh adanya bantuan internet yang memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan manusia di zaman ini. Penggunaan internet sudah berdampingan dengan kehidupan manusia zaman sekarang, dimana seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manusia sedikit banyaknya melibatkan internet. Keberadaan internet dan kemajuan teknologi dapat mempermudah kegiatan masyarakat. Salah satu bentuk kemudahan yang



tercipta dari adanya perkembangan teknologi dan internet adalah terdapat metode pembayaran *PayLater* yang terdapat pada berbagai *e-commerce* terkenal. *E-commerce* adalah salah satu sektor perdagangan yang memasarkan suatu barang dan jasa yang memanfaatkan media elektronik dalam pelaksanaannya (Okta, 2021).

PayLater adalah suatu fitur yang menggunakan dana talang dari aplikasi atau *e-commerce* yang terlibat, pengguna *PayLater* akan diwajibkan untuk membayar dana talang tersebut ke *e-commerce* penyedia dana (Lubis et al., 2021). Artinya, metode pembayaran yang menggunakan *PayLater* sama saja dengan kredit namun berbasis *online* dan tidak menggunakan kartu kredit. Pengguna dapat menikmati seluruh layanan yang diberikan oleh *e-commerce* dengan menggunakan fitur tersebut, seperti transportasi, belanja *online*, *booking* hotel, dan lain sebagainya dengan diberikan tagihan untuk dibayar sesuai akhir batas waktu yang telah ditentukan. Pengguna fitur tersebut kebanyakan berasal dari generasi Z atau yang sering dikenal dengan generasi internet karena generasi ini lahir ketika teknologi telah tersedia dan dapat dengan mudah dijumpai (Rastati, 2018).

Dalam menggunakan kemudahan teknologi yang tersedia, sering kali pengguna tidak memperhatikan halal dan haramnya dari sudut pandang agama Islam, contohnya adalah penggunaan metode *PayLater* dalam melakukan pembayaran. Metode pembayaran tersebut dipandang meragukan karena didalamnya terdapat denda berupa sejumlah tambahan besaran biaya yang harus dibayarkan ketika melebihi batas jatuh tempo. Denda yang harus dibayar yaitu sebesar 5% dari jumlah tagihan yang telah ditotalkan oleh aplikasi penyedia dana.

Berdasarkan kesepakatan para ulama, kegiatan jual beli yang menggunakan metode *PayLater* atau kredit boleh dilakukan. Kesepakatan tersebut didasarkan pada rasa manusiawi, mengingat tidak ada manusia yang tidak membutuhkan pertolongan sesamanya. Dalam mazhab Hanafi, Syafi'i, dan jumhur ulama,



hukum kegiatan jual beli menggunakan metode kredit dengan menambahkan harga atas proses pembayaran yang ditunda diperbolehkan dengan syarat terdapat persetujuan antara kedua belah pihak (Hasanah, 2020). Namun, fatwa No. 116/DSNMUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah mempertimbangkan bahwa masyarakat Indonesia masih membutuhkan penjelasan lebih lanjut mengenai batasan dan ketentuan hukumnya dari segi syariah.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *PayLater* diperbolehkan namun sebaiknya dihindari jika belum memiliki pemahaman yang lebih mengenai batasan dan ketentuan hukumnya dari segi syariah. Selain itu, penggunaan *PayLater* harus disertai dengan kesadaran setiap penggunanya. Kesadaran yang dimaksud adalah bersikap bijak dalam menggunakan fitur tersebut dengan mempertimbangkan skala kepentingan dari barang atau jasa yang hendak dibeli. *Discount*, *cashback*, dan gratis ongkir adalah keuntungan yang diperoleh oleh pengguna ketika menggunakan fitur *PayLater* (Wafa, 2020).

Dengan demikian, tidak mudah bagi generasi Z dalam menerapkan sikap bijak dalam menggunakan fitur tersebut dan berpotensi mengalami pemborosan. Islam sudah jelas melarang penganutnya untuk melakukan pemborosan sesuai dengan firman Allah SWT yang tercantum pada surat Al-Isra' ayat 29. Kemudahan dalam menggunakan fitur *PayLater* juga berpotensi menjerumuskan penggunanya ke dalam hutang-piutang. Islam membolehkan adanya hutang dan memberikan hutang terutama kepada orang yang membutuhkan, dengan syarat tetap memperhatikan hukum-hukum Islam dengan benar (Prastiwi & Fitria, 2021).

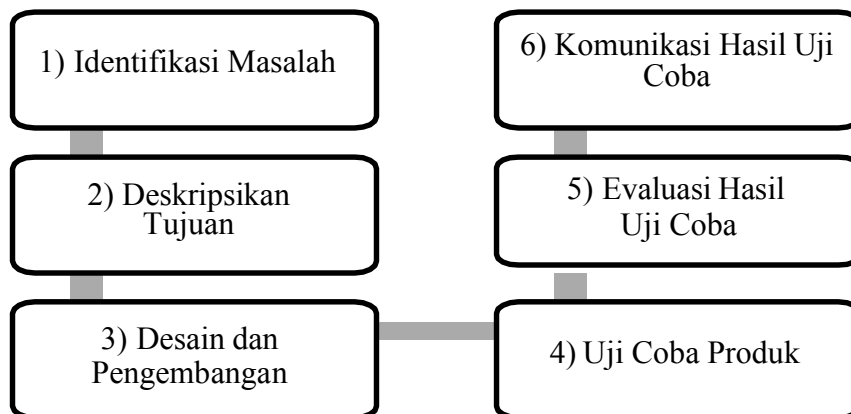
Berdasarkan uraian di atas, peneliti berupaya untuk mengkaji penggunaan *PayLater* yang dilakukan oleh kalangan generasi Z berdasarkan perspektif agama Islam dengan menggunakan video animasi PAP (*People And PayLater*) yang telah peneliti kembangkan. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah “Pengembangan Video PAP (*People And PayLater*) Sebagai Media Edukasi



Penggunaan *PayLater* Dalam Pandangan Islam Bagi Generasi Z”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada generasi Z terhadap kemudahan teknologi ketika melakukan transaksi dengan menggunakan fitur *PayLater* melalui pengembangan video PAP (*People And PayLater*) dan untuk meningkatkan kesadaran generasi Z akan pandangan Islam dalam penggunaan fitur *PayLater*.

2. Metode

Jenis penelitian ini menggunakan model *Design and Development* (D&D) atau desain dan pengembangan. Model D&D adalah model penelitian yang dilakukan dengan cara mendesain, mengembangkan, dan mengevaluasi produk yang akan dikembangkan. Menurut Peffers, dkk, terdapat beberapa tahapan dalam penyusunan penelitian dengan model D&D, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1 Tahapan Penelitian D&D (Design and Development)

Sumber: (Ellis & Levy, 2010)

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 13 Maret 2022 sampai 17 Maret 2022 dan dilaksanakan di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah generasi Z. Generasi Z dipilih menjadi subjek dalam penelitian ini karena generasi Z sering disebut sebagai *the silent generation*, generasi senyap, dan generasi internet (Putra, 2016). Artinya apapun yang dikerjakan oleh generasi tersebut selalu berhubungan dengan dunia digital.



Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan instrumennya berupa angket atau kuesioner yang disebarakan secara *online* menggunakan fasilitas *link google form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam mengolah data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif.

Untuk memudahkan dalam pembacaan, data yang sudah ada dianalisis menjadi bentuk persentase dengan mengacu kepada format dibawah ini:

$$\text{Persentase nilai masing-masing instrument} = \frac{\text{jumlah poin yang diperoleh}}{\text{jumlah poin maksimal}} \times 100$$

Tabel 1 Interpretasi Hasil Analisis Untuk Masing-masing Instrumen

Skala	Tingkat pencapaian	Interpretasi
5	80% – 100%	Sangat Baik (SB)
4	60% – 79,99%	Baik (B)
3	40% – 59,99%	Cukup (C)
2	20% – 39,99%	Kurang (K)
1	0% – 19,99%	Sangat Kurang (SK)

3. Hasil dan Pembahasan

Dewasa ini teknologi berkembang begitu cepat, berbagai kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan mudah. Pesatnya perkembangan teknologi juga turut mempengaruhi penggunaan metode pembayaran, salah satunya adalah metode pembayaran dengan menggunakan fitur *PayLater*. Fungsi dari *PayLater* sendiri hampir sama dengan kartu kredit, apabila kartu kredit berbasis kartu sedangkan *PayLater* berbasis *financial technology (fintech)*, sehingga ketika proses pendaftarannya pun *PayLater* lebih cepat dan singkat.

Pada saat ini dapat dikatakan bahwa fitur *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak diminati dan disenangi oleh sebagian besar masyarakat, karena layanannya memudahkan masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhannya, baik itu pemenuhan kebutuhan primer maupun kebutuhan lainnya seperti pemesanan tiket untuk *travelling*, pembelian tiket berbagai transportasi, dan produk konsumsi lainnya (Sari, 2021). Selain itu, belakangan ini beberapa perusahaan aplikasi besar banyak memperkenalkan metode pembayaran dengan



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 7, No. 1, 2022

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

menggunakan *PayLater* di platform aplikasi mereka, fitur yang ditawarkan adalah belanja sekarang, bayar nanti. Maka tidak heran aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka, Gojek, Akulaku, dan Kredivo menjadi populer sebagai aplikasi penyedia *PayLater*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada 40 orang responden dengan kriteria lahir pada tahun 1995-2010 dan berdomisili di Kabupaten Sumedang, diperoleh hasil penilaian produk video PAP (*People And PayLater*) dengan rata-rata penilaian 63,12% dengan klasifikasi baik. Hasil penilaian produk video PAP (*People And PayLater*) tersebut tersaji dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2 Tabel Hasil Penilaian Produk Video PAP (*People And PayLater*)

No.	Indikator Penilaian	Nilai skala 1	Nilai skala 2	Nilai skala 3	Nilai skala 4	Nilai skala 5	Persentase (%)
1.	Penilaian terhadap desain video			2	10	28	70%
2.	Penilaian terhadap konten materi dengan kesesuaian tema			1	11	28	70%
3.	Penilaian terhadap kemenarikan produk		2	3	6	29	72,5%
4.	Penilaian terhadap kebermanfaatan produk			3	12	25	62,5%
5.	Penilaian terhadap video apakah dapat memberikan motivasi untuk mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari			1	15	24	60%
6.	Penilaian terhadap gambar yang ada di dalam video sesuai dengan karakteristik generasi Z		1	3	12	24	60%
7.	Penilaian terhadap audio		1	4	16	19	47,5%
8.	Penilaian terhadap kualitas produk		2	13	13	25	62,5%
Jumlah							505%
Rata-rata							63,12%



Berdasarkan data hasil penilaian di atas dapat disimpulkan bahwa video PAP (*People And PayLater*) sangat bermanfaat, banyak responden menyukai video PAP (*People And PayLater*) yang telah dibuat oleh peneliti. Setelah menyaksikan video PAP (*People And PayLater*) generasi Z jadi mengetahui bagaimana penggunaan *PayLater* dalam pandangan Islam. Selain itu, dengan terbaginya video menjadi 3 episode yang artinya terdapat 3 video menjadikan setiap durasi pada videonya singkat, sehingga konten yang disajikan tidak monoton dan membosankan karena konten dari masing-masing episode juga berbeda dan setiap episode mempunyai topik khusus tersendiri.

Dari data hasil penilaian juga membuktikan bahwa desain video menarik, konten materi yang terdapat dalam video sesuai dengan tema yaitu ekonomi dalam perspektif Islam, video PAP (*People And PayLater*) sangat menarik dan bermanfaat bagi generasi Z. Selain itu, video PAP (*People And PayLater*) dapat memberikan motivasi kepada generasi Z untuk dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat dalam video di kehidupannya sehari-hari. Adapun hasil penilaian terhadap gambar, audio, dan kualitas produk menunjukkan bahwa video PAP (*People And PayLater*) mempunyai kualifikasi yang sangat baik.

Begitu maraknya masyarakat yang menggunakan metode pembayaran dengan fitur *PayLater* dan populernya fitur tersebut berbanding terbalik dengan pemberian edukasi mengenai bagaimana penggunaan *PayLater* dalam pandangan Islam. Sekarang ini edukasi terkait bagaimana pandangan Islam mengenai penggunaan *PayLater* dan resiko penggunaannya masih minim, tertutup oleh tren penggunaan *PayLater*. Dewasa ini sering ditemukan kasus di jejaring media sosial dan lini masa mengenai seseorang yang terjerat pinjaman *PayLater* karena ketidakmampuannya untuk membayar cicilan dengan batas waktu yang sudah ditentukan. Melihat kasus yang sering terjadi itulah maka pemberian edukasi mengenai isu terkini sangat diperlukan agar masyarakat dapat lebih *aware* terhadap terobosan baru teknologi.



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 7, No. 1, 2022

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Pengembangan video PAP (*People And PayLater*) dipilih sebagai media edukasi penggunaan *PayLater* dalam pandangan Islam bagi generasi Z karena saat ini kegiatan menonton sebuah video menjadi kegiatan yang lebih efektif untuk memberikan sebuah edukasi dan informasi dibandingkan dengan memberikan sebuah bahan bacaan. Seperti survei yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2012 menyatakan bahwa hanya ada 17,66% anak-anak Indonesia yang mempunyai minat untuk membaca, sementara 91,67% sisanya mempunyai minat menonton. Artinya dari 10 anak Indonesia hanya 1 anak yang mempunyai minat membaca, 9 anak lainnya lebih menyukai kegiatan menonton (Hasanah & Deiniatur, 2019).

Video edukasi ialah sekumpulan rekaman gambar hidup yang memuat pesan moral yang ditujukan kepada individu, kelompok, ataupun masyarakat (Nagari et al., 2021). Sebagai sebuah media edukasi, video yang berupa animasi dapat diterima oleh masyarakat, khususnya oleh generasi Z karena video yang ditayangkan tidak monoton, sebaliknya pengguna akan disajikan dengan tayangan yang menarik. Pesan yang ingin disampaikan dalam video mengenai edukasi penggunaan *PayLater* dalam pandangan Islam pun akan lebih mudah diterima. Menurut (Nagari et al., 2021) penggunaan video edukasi sebagai media untuk menyampaikan informasi sifatnya praktis dan ekonomis, penyampaian informasi dengan menggunakan video edukasi dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama tersedianya koneksi internet untuk mengakses.

Berikut beberapa gambar produk pengembangan video PAP (*People And PayLater*) sebagai media edukasi penggunaan *PayLater* dalam pandangan Islam bagi generasi Z:



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 7, No. 1, 2022

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

Video	Filter	Visibilitas	Pembatasan	Tanggal ↓	Penayan...	Komentar	Suka (vs. tidak)
☐ Video							
☐ People And PayLater Episode 3 Produk: Pengembangan Video PAP (People And PayLater) Sebagai Media...		Publik	Tidak ada	29 Apr 2022 Dipublikasikan	0	0	
☐ People And PayLater Episode 2 Produk: Pengembangan Video PAP (People And PayLater) Sebagai Media...		Publik	Tidak ada	29 Apr 2022 Dipublikasikan	0	0	
☐ People And PayLater Episode 1 Produk: Pengembangan Video PAP (People And PayLater) Sebagai Media...		Publik	Tidak ada	29 Apr 2022 Dipublikasikan	0	0	
☐ Produk PAP (People And PayLater) Produk: Pengembangan Video PAP (People And PayLater) Sebagai Media...		Publik	Klaim hak cipta	17 Apr 2022 Dipublikasikan	12	0	100 1 s

Gambar 2 Channel YouTube PAP

Gambar 3 Google Sites PAP

4. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa fitur *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak diminati dan disenangi oleh sebagian besar masyarakat, terutama generasi Z. Video PAP (*People And PayLater*) yang dikembangkan peneliti dinilai sangat bermanfaat dan disukai oleh responden yang berjumlah 40 orang. Karena setelah menyaksikan video PAP (*People And PayLater*), generasi Z jadi



memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan fitur *PayLater* dalam pandangan Islam.

Pesatnya perkembangan teknologi menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih media jenis video untuk dijadikan sebagai media edukasi, dengan harapan informasi yang disampaikan dapat mudah diterima. Sehingga dapat meningkatkan kesadaran generasi Z terhadap terobosan baru teknologi, utamanya dalam menggunakan fitur *PayLater* agar lebih bijak sehingga dapat terhindar dari resiko yang merugikan. Selain itu juga agar masyarakat tidak melupakan pandangan dari segi syariah Islam dalam penggunaannya.

Daftar Pustaka

- Barlan, A. R., Laekkeng, M., & Sari, R. (2021). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Tingkat Pendapatan, Dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Di Kantor Samsat Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 168-178.
- Fitriyani, P. (2018). Pendidikan karakter bagi generasi Z. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-7 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiyah (APPPTMA)*. Jakarta, 23-25.
- Hasanah, R. (2020). Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater dari Marketplace Shopee. In *SKRIPSI Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*.
- Hasanah, U., & Deiniatur, M. (2019). Membangun Budaya Membaca Pada Anak Usia Dini Di Era Digital. *At-Tajdid : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 3(01), 10. <https://doi.org/10.24127/att.v3i01.973>
- Lubis, S., Sulaiman, R., & Rahmiani, N. (2021). Kredit Paylater Pada Aplikasi Traveloka Dalam Perspektif Bai' Bit-Taqsih. *Al-Aqad*, 1(1), 64-79. <https://e-journal.iaimptk.ac.id/index.php/al-aqad/article/view/360>
- Mawaddah, L. (2020). Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Traveloka PayLater Pada E-Commerce.
- Nagari, P. M., Savitri, O. I., Putra, A. H., Anggraeni, D. S., & Surya Nugraha, A. A. (2021). Edukasi Kesehatan Melalui Video Sebagai Upaya Antisipasi Covid-19 Di Desa Pandansari Lor. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 2(1), 60-65. <https://doi.org/10.22219/janayu.v2i1.13013>
- Nofriyandri, N. (2021). Motif Penggunaan Shopee Paylater Di Kalangan Mahasiswa Universitas Andalas (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Okta, E. C. (2021). *Pandangan Hukum Islam Terhadap Tunda Bayar (Paylater) Dalam Transaksi E-Commerce Pada Aplikasi Shopee*. 49.



Adz Dzahab

Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 7, No. 1, 2022

ISSN (print) : 2527-5755

ISSN (online) : 2751-1905

Homepage : <http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>

- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Kwangsan*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sonia, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Wafa, A. K. (2020). J-HES Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Shopeepay Later. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.