

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju tentunya diiringi dengan kemajuan teknologi saat ini, keberadaan teknologi yang semakin canggih ini membantu mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas apapun, serta menjadikan informasi mengalir begitu cepat. Adanya *smartphone* merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi. *Smartphone* telah membantu kita dalam melakukan kegiatan apapun di mana saja dan kapan saja, seperti memberikan informasi, mengumpulkan informasi, berkomunikasi dari jarak jauh dengan orang lain tanpa bertemu secara langsung, bahkan yang banyak digandrungi oleh masyarakat modern saat ini yaitu melakukan kegiatan belanja *online* (*online shopping*) melalui aplikasi yang ada di *Smartphone*. Belanja *online* sangat memudahkan manusia dalam melakukan transaksi jual beli barang, hanya dengan membuka aplikasi di *Smartphone* para pembeli sudah dapat melihat dengan leluasa dan membeli produk yang dibutuhkan tanpa perlu datang ke tokonya secara langsung.

Marketplace merupakan media online yang berbasis internet (*web based*) yaitu tempat melakukan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Dimana pembeli dapat mencari supplier sebanyak yang diinginkan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sehingga memperoleh barang sesuai dengan harga pasar. Sedangkan *supplier* atau penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan mana yang nantinya membutuhkan produk/jasa mereka (Sofiani & Nurhidayat, 2019). Salah satu marketplace yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini yaitu Shopee. Menurut Ayu Shopee berada dalam posisi pertama di peringkat tujuh platform e-commerce yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, diperoleh presentase 77% pengguna shopee, 39% pengguna Tokopedia, 25% pengguna Lazada, 9% pengguna Buka Lapak, 7% pengguna Alfagift, 7% pengguna Bli-Bli, 5% pengguna Klik Indomaret dan 5% pengguna JD ID (Ayu, 2022).

Shopee merupakan salah satu jenis aplikasi belanja daring yang di dalamnya dapat melakukan penjualan, pembelian, maupun pemasaran yang diakses menggunakan koneksi internet. Aplikasi Shopee terdapat banyak toko di dalamnya yang bisa memilih barang yang dicari dengan sepuasnya. Dalam aplikasi Shopee ini ada beberapa sistem pembayaran jika ingin membeli barang. Yaitu melalui transfer, melalui *ShopeePay*, melalui *Shopee Paylater*, dan sistem bayar COD. Peneliti juga menemukan data bahwa informan juga membeli barang melalui layanan *Shopee Paylater* bayar sekarang bayar nanti. Sehingga pengguna dengan mudah membeli barang meskipun tidak memiliki uang. Layanan *Paylater* yang juga kerap disebut dengan beli sekarang bayar nanti merupakan produk keuangan digital yang sudah dikenal di Indonesia sejak 2018. Konsep *Paylater* memiliki kemiripan dengan kartu kredit, yaitu peminjaman dana oleh suatu pihak dengan batasan tertentu untuk melakukan transaksi dengan sistem pengembalian yang bisa diangsur (Putri, 2022).

Layanan *Shopee Paylater* menduduki urutan pertama sebagai produk keuangan yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2021 dengan presentase 78,4%. Kemudian urutan kedua adalah *Gopaylater* dengan jumlah presentase sebanyak 33,8%. Pengguna *Shopee Paylater* menggunakan layanan tersebut setidaknya satu hingga tiga kali dalam satu bulan (DSInnovate, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmatika Sari menunjukkan bahwa jumlah pengguna *SPaylater* mencapai 1,27 juta dengan pengguna aktif sebanyak 850 ribu orang atau mencapai 67% (Sari, 2021). Penelitian lain menambahkan bahwa pengguna layanan *SPaylater* didominasi oleh perempuan berusia 17 hingga 26 tahun, mengingat mayoritas pengguna *Ecommerce* adalah generasi Y dan Z (Putri, Angraeny, & Iriani, 2020). Berdasarkan data observasi yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan beberapa informan, ditemukan bahwa barang yang dibeli bukanlah kebutuhan yang bersifat mendesak atau penting, melainkan lebih dipengaruhi oleh tren viral dan keinginan yang bersifat sementara.

Perkembangan aktivitas belanja dengan fitur PayLater di masyarakat telah mengubah perilaku belanja yang ada di masyarakat. Masyarakat yang sebelumnya melakukan kegiatan belanja secara tradisional mulai mengalami

perubahan ke belanja *online*. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi secara pelan tapi pasti menggeser budaya belanja masyarakat yang sebelumnya menggunakan belanja tradisional dan berubah menjadi belanja online. Dalam belanja online kegiatan belanja berubah fungsi sebagai pengisi waktu senggang (*leisure time*) atau tempat menghabiskan uang (Sazali & Rozi, 2020).

Peneliti menemukan bahwa sejumlah informan memilih menggunakan layanan Shopee PayLater, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna berbelanja dengan sistem “beli sekarang, bayar nanti.” Fasilitas ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang meskipun belum memiliki dana saat transaksi. Melalui opsi pembayaran yang fleksibel, pengguna dapat segera melakukan pembelian dan melunasinya dalam jangka waktu tertentu baik beberapa hari, minggu, maupun bulan sesuai ketentuan yang berlaku.

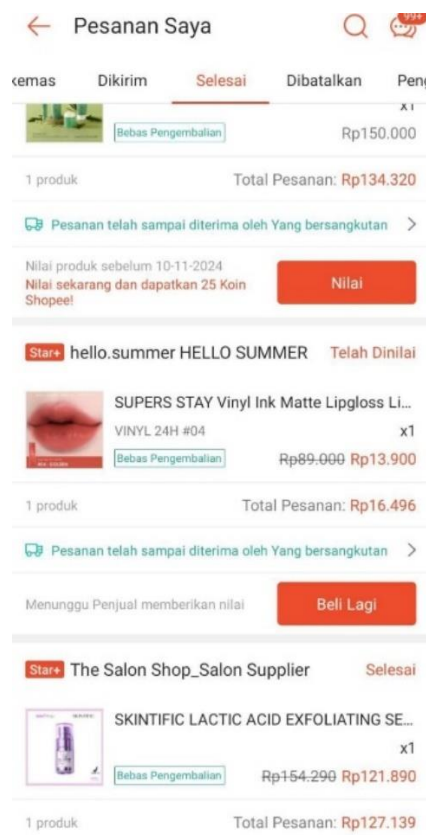
Bagi mahasiswa, belanja *online* menjadikan belanja lebih praktis. Konsumen sangat dimanjakan, karena hanya dengan menggunakan jari telunjuk, konsumen bisa langsung pesan, transfer dan barang pun sampai di rumah. Tidak jarang, harga barang di toko *online* juga jauh lebih murah daripada toko *offline*, hal ini dikarenakan toko online tidak memerlukan biaya operasional yang besar. Di sisi yang lain, perubahan ini bukan hanya mengubah kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara manual, tetapi juga menggeser interaksi yang terjadi. Pada awalnya, dalam kegiatan belanja secara manual, interaksi yang terjadi adalah interaksi antar manusia. Sedangkan pada kegiatan belanja secara online, interaksi yang terjadi adalah interaksi antara manusia dengan teknologi, sehingga mendorong lahirnya berbagai aplikasi belanja online (Mulyawan, Deddy, Hasna, & Wahyu, 2020).

Gaya hidup masyarakat di zaman sekarang sudah mengikuti gaya hidup modern yang dapat dilihat dari cara mengenakan barang yang bermerek atau barang yang trend, seperti ponsel, baju, aksesoris, dan lain sebagainya. Budaya konsumerisme dianggap sebagai budaya yang harus melekat pada masyarakat terutama mahasiswa seolah-olah untuk memperoleh sebuah identitas maka mereka harus memilih sebuah gaya hidup yang menganut kepada budaya

konsumerisme. Sebuah gengsi menjadi panutan utama dalam pola konsumsi sehingga akan menghasilkan konsumerisme. Sehingga gaya hidup yang seperti itu menjadi bagian dari manusia yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupannya. (Octavia, 2020).

Menurut Fromm dalam penelitian (Sitanggang, 2022) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dianggap sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha dalam mendapatkan suatu kesenangan atau kebahagiaan yang bersifat semu atau tidak pasti (Fromm, 1976). Artinya individu yang konsumtif, membeli banyak barang, atau jasa hanya berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, dimana hal tersebut dapat memberikan dampak yang negatif jika terus dilakukan. Sesuai dengan aspek-aspek dari perilaku konsumtif menurut Fromm yaitu : a) Pembelian impulsif (impulsive buying), b) Pemborosan (wasteful buying), dan c) Mencari Kesenangan..Perilaku konsumtif ini dapat mengakar di dalam gaya hidup konsumen menjadi gaya hidup yang konsumtif (Sitanggang, 2022).

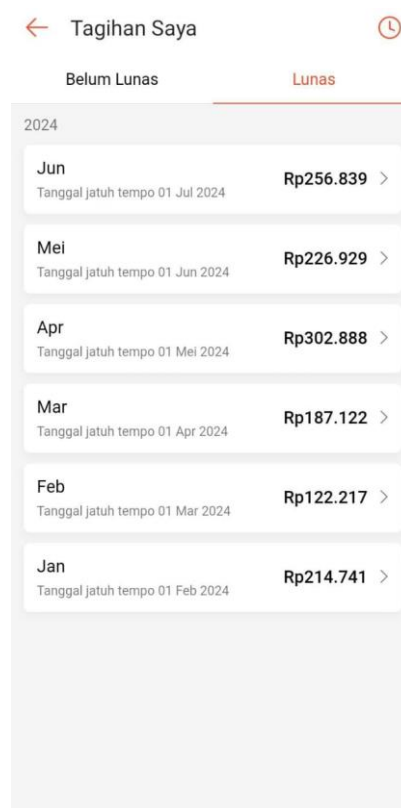
Gambar 1.1 Barang yang Dibeli Melalui Aplikasi Shopee



(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Perilaku konsumtif yang marak di kalangan mahasiswa ini tentu memiliki dampak baik dan buruk. Di satu sisi, promo-promo belanja online dapat memberikan manfaat bagi konsumen, terutama dalam hal efisiensi waktu dan biaya. Namun di sisi lain, jika tidak dikelola dengan baik, perilaku konsumtif yang berlebihan dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan mahasiswa dan bahkan memicu masalah utang.

Gambar 1.2 Tagihan Shopee PayLater



← Tagihan Saya		🕒
Belum Lunas	Lunas	
2024		
Jun	Rp256.839	>
Tanggal jatuh tempo 01 Jul 2024		
Mei	Rp226.929	>
Tanggal jatuh tempo 01 Jun 2024		
Apr	Rp302.888	>
Tanggal jatuh tempo 01 Mei 2024		
Mar	Rp187.122	>
Tanggal jatuh tempo 01 Apr 2024		
Feb	Rp122.217	>
Tanggal jatuh tempo 01 Mar 2024		
Jan	Rp214.741	>
Tanggal jatuh tempo 01 Feb 2024		

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan tinjauan literatur, beberapa penelitian Gambar diatas menunjukkan tampilan tagihan PayLater pada menu Tagihan Saya yang diambil dari dokumentasi informan dengan status Belum Lunas untuk periode tahun 2024. Terlihat bahwa Informan selaku pengguna memiliki kewajiban pembayaran PayLater dari bulan Januari hingga Juni 2024 yang seluruhnya belum diselesaikan. Setiap tagihan mencantumkan bulan transaksi, tanggal jatuh tempo, serta jumlah yang harus dibayarkan. Tagihan bulan Januari jatuh

tempo pada 1 Februari 2024 sebesar Rp214.741, Februari jatuh tempo 1 Maret 2024 sebesar Rp122.217, Maret jatuh tempo 1 April 2024 sebesar Rp187.122, April jatuh tempo 1 Mei 2024 sebesar Rp302.888, Mei jatuh tempo 1 Juni 2024 sebesar Rp226.929, dan Juni jatuh tempo 1 Juli 2024 sebesar Rp256.839. Kondisi ini menunjukkan adanya akumulasi kewajiban finansial yang cukup besar akibat penggunaan fasilitas PayLater secara berkelanjutan. Apabila tagihan tersebut tidak segera dibayarkan, pengguna berpotensi dikenai denda, bunga tambahan, serta pembatasan layanan PayLater di kemudian hari.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa informan terpaksa meminta bantuan orang tua untuk melunasi tagihan PayLater, sehingga menimbulkan ketidakharmonisan dan rasa ketergantungan yang bertentangan dengan nilai kemandirian mahasiswa. Selain itu, riwayat kredit yang buruk akibat tunggakan pembayaran dapat membatasi akses mahasiswa terhadap layanan keuangan di masa mendatang. meskipun Shopee PayLater digunakan mahasiswa sebagai solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan secara instan, ketidakmampuan dalam mengelola pembayaran menunjukkan adanya risiko yang signifikan. Hal ini menegaskan bahwa alasan penggunaan PayLater tidak hanya didorong oleh kemudahan dan fleksibilitas, tetapi juga diiringi oleh konsekuensi yang berpotensi merugikan mahasiswa secara jangka panjang apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang rasional.

Temuan ini selaras dengan data dari laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa pengguna kredit digital dari kelompok usia muda, termasuk mahasiswa, memiliki tingkat risiko gagal bayar yang relatif tinggi akibat keterbatasan pendapatan dan rendahnya literasi keuangan. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya ketergantungan mahasiswa terhadap dukungan finansial keluarga ketika menghadapi tunggakan pembayaran. Data dari Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) OJK menunjukkan bahwa riwayat kredit yang buruk akibat keterlambatan pembayaran PayLater dapat tercatat secara nasional dan berpotensi membatasi akses individu terhadap layanan keuangan formal di masa mendatang, seperti pengajuan kredit usaha, KPR, maupun pinjaman pendidikan. Hal ini memperkuat temuan lapangan

bahwa konsekuensi penggunaan PayLater tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga berdampak struktural terhadap masa depan finansial mahasiswa (Sazali & Rozi, 2020).

Fenomena penggunaan Shopee PayLater ini mencerminkan semakin berkembangnya budaya konsumerisme di masyarakat modern, di mana keinginan untuk memiliki berbagai jenis barang dan memenuhi gaya hidup sering kali lebih dominan dibandingkan dengan pertimbangan rasional terhadap kemampuan finansial individu. Kemudahan sistem pembayaran yang ditawarkan oleh platform digital ini mendorong munculnya perilaku konsumtif, karena proses transaksi yang cepat dan praktis membuat individu cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa perencanaan matang. Dalam konteks ini, kepemilikan barang bukan lagi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan menjadi simbol status sosial dan sarana untuk menyesuaikan diri dengan tren yang sedang berkembang di lingkungan sosial. Akibatnya, konsumerisme tidak hanya membentuk pola perilaku ekonomi masyarakat, tetapi juga memengaruhi cara pandang terhadap nilai, prestise, dan identitas diri di era digital.

Konsumerisme telah menjadi fenomena global yang semakin mengakar dalam masyarakat modern, termasuk di Indonesia. Kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan, didukung oleh perkembangan teknologi informasi, telah mendorong masyarakat terutama mahasiswa untuk terus berbelanja dan mengkonsumsi. Perilaku semacam ini bisa kita sebut perilaku konsumtif, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia dalam melakukan konsumsi tiada batas, di mana manusia lebih mementingkan hasrat atau keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, perilaku konsumtif semacam ini tidak hanya terjadi di Negara maju saja, tetapi juga terjadi di Negara berkembang, perilaku konsumtif juga tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja terlebih pada mereka yang sedang masa-masa duduk di bangku perkuliahan (mahasiswa). (Riadi, 2018)

Mahasiswa saat ini terutama di Universitas Trunojoyo Madura sangat antusias dalam melakukan aktivitas belanja online dengan memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh fitur promo Shopee 12.12, 1.1 dan lain-lain. Maksud dari promo tersebut yaitu promo di tanggal dan bulan yang angkanya sama. Promo yang diberikan mulai dari promo gratis ongkos kirim, kemudian voucher cash back, diskon dalam setiap pembelian barang, dan lain-lain. Adapun barang yang dibeli berupa barang pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh kalangan mahasiswa.

Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka berada pada fase usia produktif yang cenderung adaptif terhadap perkembangan teknologi digital serta memiliki intensitas penggunaan e-commerce yang tinggi. Selain itu, berdasarkan hasil observasi menunjukkan adanya keterbatasan pendapatan sebagai mahasiswa membuat mereka rentan memanfaatkan fasilitas PayLater sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan, sehingga berpotensi membentuk pola konsumsi yang konsumtif. Kondisi ini menjadikan mahasiswa relevan untuk dikaji guna memahami latar belakang konsumerisme, khususnya dalam penggunaan Shopee PayLater di lingkungan perguruan tinggi.

Fenomena tersebut merupakan gambaran penting dalam penelitian ini sebagai rujukan dan problematika yang akan diulas dan dianalisis dengan detail. Kalangan mahasiswa selalu menemukan cara dan solusi untuk eksis dalam perkembangan tersebut. Dari fenomena tersebut sehingga peneliti mengangkat sebuah penelitian yang berjudul "*KONSUMERISME PENGGUNA SHOPEE PAYLATER (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)*".

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1 Bagaimana bentuk perilaku konsumerisme pada pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
- 2 Bagaimana perilaku konsumerisme mahasiswa dalam penggunaan Shopee PayLater di Universitas Trunojoyo Madura?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumerisme pada pengguna Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
2. Untuk mengetahui pemahaman mahasiswa dan alasan terhadap penggunaan Shopee PayLater dalam aktivitas konsumsi sehari-hari?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam dunia literasi dengan menambah referensi mengenai fenomena konsumerisme yang berkaitan dengan upaya pemenuhan gaya hidup dan keinginan untuk mendapatkan sesuatu.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan dengan memperluas wawasan terkait perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa dan pengaruh sistem pembayaran seperti ShopeePay Later.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, khususnya yang berkaitan dengan konsumsi digital dan perilaku konsumen di kalangan mahasiswa.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan-gagasan baru yang lebih luas dalam pemahaman tentang fenomena konsumerisme, terutama dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi pembayaran digital.
- e. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dalam memahami bagaimana perilaku konsumerisme mahasiswa berkembang saat ini, khususnya dengan adanya sistem pembayaran seperti ShopeePayLater yang mempengaruhi keputusan belanja mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada mahasiswa agar lebih selektif dan bijak dalam berbelanja. Dengan memahami dampak penggunaan layanan seperti ShopeePayLater, mahasiswa diharapkan dapat mengedepankan kebutuhan yang lebih mendesak daripada sekadar keinginan untuk mengikuti tren atau gaya hidup. Berbelanja secara wajar akan membantu mahasiswa menjadi konsumen yang cerdas, yang memprioritaskan kebutuhan penting untuk dipenuhi, serta mengelola keuangan dengan lebih bijak. Selain itu, mahasiswa juga dapat lebih sadar akan pentingnya memanfaatkan teknologi secara tepat guna, yakni untuk memenuhi kebutuhan yang relevan, bukan hanya untuk memenuhi keinginan sementara.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat secara umum tentang pentingnya selektivitas dalam berbelanja. Masyarakat akan lebih sadar bahwa perilaku konsumtif yang berlebihan, terutama dalam menggunakan fitur pembayaran digital seperti Shopee *PayLater*, dapat berdampak buruk pada kestabilan keuangan pribadi. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat diharapkan bisa lebih bijak dalam memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan yang lebih penting dan produktif, alih-alih mengikuti gaya hidup yang tidak sesuai dengan kondisi finansial. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran tentang bagaimana teknologi dapat digunakan dengan cara yang lebih efisien dan menguntungkan, bukan hanya untuk konsumsi sesaat.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Melalui hasil penelitian ini, semoga bisa dijadikan sebagai bahan referensi dan memberikan sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya, dan diharapkan mampu menghasilkan penelitian yang lebih menarik, informatif, dan tentunya bisa menambah wawasan bagi para pembacanya