

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola konsumsi masyarakat khususnya terkait dengan aktivitas berbelanja telah diubah oleh banyaknya teknologi digital. Dengan semakin maraknya penggunaan internet dan perangkat seluler, masyarakat semakin mudah berbelanja online melalui *marketplace*, yaitu *platform digital* yang memfasilitasi transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa tanpa memerlukan komunikasi langsung antara pembeli dan penjual. Keberadaan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak memberikan kemudahan akses, pilihan produk yang banyak, dan pilihan pembayaran yang fleksibel menjadikannya pilihan pilihan konsumen masa kini.



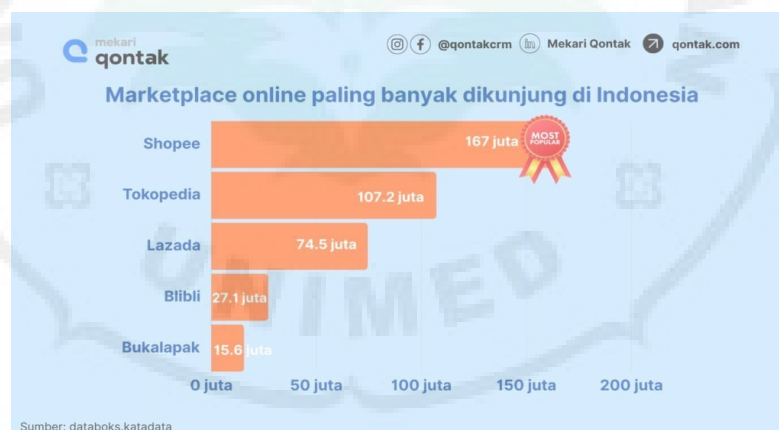
Gambar 1.1 *Marketplace* Online Paling Banyak Diminati Tahun 2024

Sumber: Data [Compas.co.id](https://compas.co.id)

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, *Marketplace* terus menghadirkan fitur-fitur baru. *Shopee PayLater* yang memungkinkan pelanggan membeli barang dan membayar secara mencicil menjadi salah satu fitur yang menarik minat.

Selain itu, alasan utama masyarakat membeli secara online adalah karena adanya momen seperti Perayaan Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) menghadirkan berbagai potongan harga besar di berbagai platform e-commerce. Meskipun demikian, kenyamanan pasar, seperti fasilitas pembayaran cicilan dan diskon dapat meningkatkan kebiasaan belanja konsumen.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, pasar juga mengalami perkembangan yang pesat. Sejak debutnya pada tahun 2015, Shopee, salah satu marketplace terbesar di Indonesia, telah berhasil menarik pelanggan. Pasar memberikan sejumlah manfaat, termasuk harga yang kompetitif, layanan pengiriman yang efektif, dan kemudahan penemuan produk.



Gambar 1.2 Marketplace Online Paling Banyak Dikunjungi Di Indonesia Tahun 2023

Sumber: Databoks.Katadata

Selain itu, Pasar juga menyediakan kesempatan bagi usaha kecil dan menengah untuk memasarkan produk mereka kepada audiens yang lebih besar. Pelanggan dapat membeli barang dengan lebih fleksibel tanpa harus membayar langsung berkat opsi seperti *Shopee PayLater*. Hasilnya, pasar berfungsi sebagai katalis ekonomi digital dan cara untuk memuaskan keinginan pelanggan.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengeluarkan uang terlalu banyak untuk suatu produk atau jasa, seringkali dimotivasi oleh perasaan atau faktor luar, tanpa memperhitungkan kebutuhan sebenarnya. Perilaku konsumen dalam konteks pembelian online seringkali diakibatkan oleh promosi diskon besar-besaran, penawaran menarik, dan metode pembayaran yang nyaman.

Dan Pasar seperti Shopee menerapkan berbagai teknik pemasaran, seperti memberikan diskon khusus, promosi terbatas waktu, dan opsi pembayaran sederhana melalui *Shopee PayLater*, untuk mempromosikan pembelian impulsif. Oleh karena itu, masyarakat sering kali membeli barang yang tidak dibutuhkan sehingga menyebabkan peningkatan perilaku konsumen.

Selain itu, salah satu taktik utama yang digunakan pasar untuk menarik minat pelanggan adalah promosi. Promosi seperti *flash sale*, diskon, gratis ongkos kirim, dan hari libur nasional, misalnya, terbukti berhasil mendongkrak volume transaksi. Selain itu, promosi ini mendorong pelanggan untuk melakukan lebih banyak pembelian selain menawarkan keuntungan seperti pengurangan biaya. Namun kampanye pemasaran yang agresif seperti ini juga membuat pasar saling bersaing untuk menarik pelanggan. Akibatnya, promosi muncul sebagai komponen penting dari kemampuan pasar untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, kesepakatan tidak hanya berpusat pada hari kerja; Mereka juga memanfaatkan waktu-waktu khusus, seperti Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), yang dikenal sebagai event belanja terbesar setiap tahun.

Selain itu, *Shopee PayLater* merupakan opsi pembayaran cicilan yang ditawarkan Shopee untuk memberikan fleksibilitas kepada pelanggan. Pelanggan dapat membeli barang terlebih dahulu dan membayarnya nanti menggunakan fungsi ini, baik dengan

cicilan tanpa bunga atau bunga rendah. Pelanggan yang ingin memenuhi kebutuhan atau aspirasinya tanpa harus melakukan investasi keuangan langsung menganggap fitur ini sangat menarik.

Meskipun begitu, kenyamanan di *Shopee PayLater* juga memiliki kekurangan. Karena mereka yakin pembayaran mereka mungkin tertunda, konsumen sering kali terpicat untuk membeli barang yang tidak diperlukan. Akibatnya, perilaku konsumen dan pembelian impulsif dapat meningkat, yang mungkin berdampak pada keadaan keuangan pelanggan.

Selain itu, Harbolnas merupakan festival belanja online tahunan yang memberikan diskon dan promosi besar-besaran kepada pelanggan. Marketplace seperti Shopee memberikan beragam penawaran menarik selama Harbolnas dalam upaya mendorong penjualan. Pelanggan telah menantikan kesempatan ini karena menawarkan kesempatan untuk membeli barang dengan harga lebih murah.

Namun Harbolnas juga sering mempengaruhi perilaku konsumen. Karena obral atau diskon, banyak pelanggan yang cenderung melakukan pembelian impulsif. Fitur seperti *Shopee PayLater*, yang memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk membeli tanpa khawatir akan pembayaran langsung, memperburuk keadaan.

Kemajuan teknologi digital membawa dampak besar terhadap gaya hidup modern saat ini. Orang-orang sekarang menjalani kehidupan mereka di pasar, khususnya dalam hal pembelian melalui internet. Pelanggan menjadi semakin dapat diandalkan dalam pembelian online karena kemudahan yang disediakan pasar, termasuk beragam pilihan pembayaran, pengiriman cepat, dan diskon yang menarik. Namun cara hidup ini juga

mempengaruhi cara orang membeli sesuatu. Pelanggan biasanya membeli barang untuk mengikuti tren atau memanfaatkan penawaran saat ini, bukan karena kebutuhan. Kecenderungan konsumsi ini diperkuat dengan fitur-fitur seperti *Shopee PayLater* dan acara-acara seperti Harbolnas.

Di sisi lain, *Shopee PayLater* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan transaksi selama Harbolnas. Pelanggan merasa lebih leluasa membeli tanpa harus membayar lunas karena adanya fungsi ini. Nasabah lebih cenderung memanfaatkan penghematan besar yang diberikan pada hari libur nasional karena pembayaran cicilan lebih mudah dilakukan. Namun hal ini juga meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku konsumerris. Karena yakin bahwa mereka dapat membayar barang tersebut secara mencicil, konsumen seringkali membeli barang tambahan, bahkan barang yang tidak mereka perlukan.

Pola hidup yang dijalani oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Medan terkena dampak Harbolnas, khususnya dalam hal kebiasaan konsumsi. Banyak pelanggan yang memanfaatkan Harbolnas untuk membeli barang dengan harga lebih murah. Perilaku ini mengarah pada pola konsumsi yang menganggap pemenuhan kebutuhan kurang penting dibandingkan memanfaatkan promosi. Namun cara hidup ini juga mendorong pembelian impulsif. Karena penjualan yang menggiurkan menjelang hari libur nasional, konsumen sering kali membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya.

Selain itu, *Shopee PayLater* memiliki dampak besar terhadap jumlah pembelanjaan orang. Pelanggan diimbau untuk membeli lebih banyak barang karena fitur ini memudahkan mereka melakukannya tanpa harus membayar penuh. Hal ini

sering kali Menyebabkan konsumen membeli barang secara spontan, meskipun barang tersebut bukan kebutuhan utama mereka.

Kecenderungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dalam berperilaku konsumtif diberdayakan melalui Harbolnas. Pelanggan didorong untuk membeli barang dalam jumlah besar, bahkan yang tidak diperlukan, dengan diskon besar dan promosi khusus. Pola konsumsi tersebut semakin diperkuat dengan tersedianya *Shopee PayLater* saat Harbolnas.

Oleh karena itu, perilaku konsumtif berlebihan dibentuk oleh gaya hidup modern dan digital. Pelanggan didorong untuk terus membeli berdasarkan pasar dan fitur-fitur yang mendukungnya, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka. Jika gaya hidup ini tidak dikendalikan dengan baik, pada akhirnya dapat berdampak pada kesejahteraan *finansial* masyarakat. Peneliti menemukan sebagian besar mahasiswa Universitas Negeri Medan berbelanja menggunakan promosi Harbolnas dan *Shopee Paylater*. Mereka memutuskan untuk menggunakan Marketplace untuk berbelanja karena dianggap lebih mudah diakses dan memungkinkan mereka menemukan produk populer dengan cepat dan mudah.

Untuk memperkuat penelitian tersebut, dilakukan survei pendahuluan untuk mengetahui apa saja yang terjadi pada *shopee paylater* di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Dengan menyebarkan kuesioner dengan 60 responden digunakan untuk melakukan pra-survei ini.

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Mengenai Perilaku Konsumtif Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban dalam (%)		Jumlah responden	%
		Ya	Tidak		
1	Anda merasa bahwa dengan adanya <i>shopee paylater</i> mendorong anda untuk berbelanja lebih banyak lagi dari pada biasanya.	40	20	60	100%
2	Anda merasa lebih terdorong berbelanja saat ada promosi khusus di waktu harbolnas dan juga tersedianya fitur pembayaran <i>paylater</i> di shopee.	43	17	60	100%
3	Setelah menggunakan fitur <i>shopee paylater</i> di bulan ini untuk berbelanja, membut cashflow keuangan di bulan berikutnya berantakan.	38	22	60	100%

Sumber: hasil pra-survei perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pra survei menggunakan kuesioner terhadap 60 responden, diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner tentang perilaku konsumen adalah positif. Sebagian besar responden merasa bahwa penggunaan fitur *Shopee PayLater* membuat berbelanja menjadi lebih mudah dan membantu mereka membeli barang-barang yang mereka anggap benar-benar diperlukan ketika mereka tidak mempunyai uang pada saat itu, dan bahwa *Shopee PayLater* adalah salah satu opsi yang mereka pilih. Namun, beberapa responden tidak setuju dengan hal ini ada pula yang merasa tidak menggunakan fitur tersebut karena takut tidak mampu membayar kembali pinjamannya.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Mengenai *Shopee Paylater* Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban dalam (%)		Jumlah responden	%
		Ya	Tidak		
1	Anda adalah orang yang suka membeli barang di shopee menggunakan fitur <i>shopee paylater</i>	38	22	60	100%
2	Anda merasa fitur fitur yang ditawarkan oleh shopee (khususnya <i>shopee paylater</i> menarik untuk dicoba)	46	14	60	100%

Sumber: hasil pra-survei *shopee paylater*

Berdasarkan hasil pra-survei bahwa responden positif ditemukan berdasarkan temuan pra-survei yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan total 60 responden, serta mereka yang menggunakan fungsi *Shopee PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi *Shopee PayLater* memungkinkan mereka untuk memperoleh barang yang diinginkan. Namun, sebagian responden memilih untuk tidak menggunakannya karena khawatir terhadap bunga atau biaya tambahan lainnya, dan mereka merasa tidak perlu menggunakan fungsi tersebut karena mereka menganggap fungsi tersebut tidak relevan dengan kebutuhan mereka dan mereka lebih memilih membayar dengan uang tunai.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor promosi *Shopee PayLater* dan Harbolnas memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara terpisah maupun bersama-sama, terhadap perilaku pembelian impulsif. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Panjaitan, Simon & Marpaung, 2023). Penelitian ini mengungkap bahwa pemanfaatan promo *Shopee PayLater* dan Harbolnas berpengaruh terhadap nilai koefisien, baik secara simultan maupun parsial. Hubungan antara kedua

variabel tersebut dengan perilaku pembelian impulsif tergolong sangat kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,724 atau 72,4%. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 51,4% menunjukkan bahwa pembelian impulsif berperan dalam menjelaskan efektivitas penggunaan promo *Shopee PayLater* dan Harbolnas. Sementara itu, faktor-faktor lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini mungkin juga berpengaruh pada aspek-aspek lainnya. Dalam hal ini, penelitian ini memfokuskan perhatian pada variabel Harbolnas dan hubungannya dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, dengan mempertimbangkan hasil studi sebelumnya. Untuk memahami fenomena tersebut lebih dalam, dilakukan pra-survei guna mengidentifikasi dampak Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Mengenai Harbolnas Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban dalam (%)		Jumlah responden	%
		Ya	Tidak		
1	Anda tertarik belanja online menunggu waktu harbolnas tiba karena banyak diberikan promosi berupa gratis ongkir dan diskon harga spesial	52	8	60	100%
2	Anda hanya akan melakukan belanja harbolnas online ketika waktu harbolnas tiba saja.	33	27	60	100%

Sumber: Hasil Pra Survei Mengenai harbolnas Di Fakultas Ekonomi

Berdasarkan hasil temuan pra-survei yang diselesaikan oleh 60 responden dengan menggunakan kuesioner. Hasil respon positif menunjukkan bahwa responden lebih bersemangat berbelanja online setelah Harbolnas tiba karena *marketplace*

Shopee menawarkan banyak promosi menarik. Namun ada sebagian responden yang tidak menggunakan fitur Harbolnas karena menganggap promosi Harbolnas sama dengan promosi *Shopee* lainnya, dan pendapat mengenai promosi Harbolnas ini masih terbagi-bagi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Azzahra et al., 2023) juga memperkuat temuan ini, dengan menunjukkan bahwa variabel diskon memiliki pengaruh signifikan dan mencapai tingkat signifikansi sebesar 10,740. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian ini. Sedangkan variabel keputusan pembayaran mahasiswa Politeknik Negeri Medan menggunakan *Shopee PayLater* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel gaya hidup Islami (0,059). Pada tingkat signifikansi 0,000, Keputusan mahasiswa Politeknik Negeri Medan dalam menggunakan *Shopee PayLater* untuk bertransaksi dipengaruhi secara simultan oleh faktor diskon dan gaya hidup Islami dengan tingkat pengaruh yang cukup besar.

Berdasarkan temuan kajian penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka peneliti dalam hal ini juga berkonsentrasi pada variabel gaya hidup terhadap Pola konsumsi yang berkembang di antara mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Untuk memperkuat fenomena tersebut, dilakukan pra-survei untuk mengetahui lebih jauh tentang gaya hidup di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Mengenai Gaya Hidup Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

No	Pernyataan	Jawaban dalam (%)		Jumlah responden	%
		Ya	Tidak		
1	Anda tertarik belanja online karena mengikuti trend generasi masa kini yang sedang viral	41	19	60	100%
2	Anda sering terdorong untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan karena pengaruh ajakan dari teman dan pengaruh trend media sosial	48	12	60	100%

Sumber: Hasil Pra Survei Mengenai Gaya Hidup Di Fakultas Ekonomi

Penelitian ini juga menitikberatkan pada variabel gaya hidup dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, dengan mempertimbangkan hasil kajian sebelumnya. Data ini diperoleh melalui pra-survei menggunakan kuesioner yang melibatkan 60 responden. Dari hasil responden menemukan hasil yang positif mengenai pernyataan belanja online karena mengikuti tren generasi masa kini yang sedang viral. Hal ini dikarenakan responden masih suka mengikuti tren dan promosi yang sedang viral di media sosial di zaman sekarang. Namun, beberapa responden memberikan tanggapan yang kurang baik, karena mereka percaya bahwa Pembelian yang mereka lakukan didasarkan pada kebutuhan pribadi, tanpa terpengaruh oleh tren terbaru di era modern.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini mengidentifikasi beberapa permasalahan yang meliputi:

1. Sebagian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan banyak menggunakan fitur *shopee paylater* dan promosi waktu harbolnas untuk berbelanja membeli barang yang tidak menjadi kebutuhan melainkan hanya sekedar memenuhi keinginan dan gaya hidup.
2. Kemudahan akses yang diberikan oleh *marketplace* terkait fitur *paylater* dan promosi harbolnas membuat mahasiswa lebih mudah untuk berbelanja tanpa perencanaan keuangan yang matang, dan kurang mempertimbangkan kemampuan finansial yang berpotensi menyebabkan masalah dalam pengelolaan keuangan pribadi.
3. Dari hasil pra-survei yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwasannya banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang mengalami kesulitan pembayaran pada bulan berikutnya (terlilit hutang), dikarenakan mereka banyak melakukan pembelian di awal bulan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam latar belakang, serta dengan mempertimbangkan identifikasi dan batasan masalah yang diungkapkan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh terhadap pelaksanaan Hari Belanja Online Nasional?
2. Bagaimana dampak Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) terhadap gaya hidup perilaku mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Sejauh mana kontribusi *Shopee PayLater* terhadap perilaku belanja mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

4. Apakah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) memengaruhi perilaku belanja mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
5. Apa hubungan antara gaya hidup dan perilaku belanja mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.4 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penelitian ini tetap terfokus dan tidak meluas, serta berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pengaruh *Shopee PayLater*, Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Shopee Paylater* mempengaruhi Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui apakah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) mempengaruhi gaya hidup konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Untuk mengetahui apakah *Shopee Paylater* mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
4. Untuk mengetahui apakah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) mempengaruhi perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
5. Untuk mengevaluasi apakah gaya hidup memiliki dampak terhadap perilaku belanja Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini mencakup berbagai aspek berikut:

1. Bagi Peneliti

Studi ini dilakukan untuk membandingkan konsep teoretis yang telah dipelajari di perkuliahan dengan kondisi aktual di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya wawasan dan pemahaman peneliti mengenai dampak *Shopee PayLater*, Harbolnas, serta gaya hidup yang mempengaruhi perilaku belanja mahasiswa.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi tambahan serta memberikan masukan yang berguna bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnis ke depan.

3. Bagi Lembaga Pendidikan Universitas Negeri Medan

Sebagai kontribusi dalam menambah referensi kepustakaan di bidang pemasaran, khususnya terkait dampak *Shopee PayLater*, Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas), dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan literatur bagi penelitian di masa mendatang, baik yang memiliki topik serupa maupun yang mengangkat tema lain yang masih relevan.