

BAB I

PENDAHULUAN

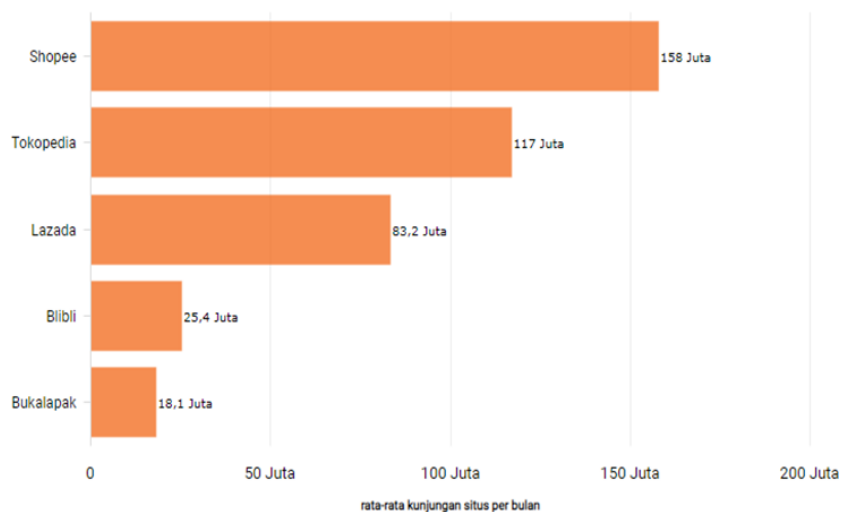
A. Latar Belakang

Saat ini transaksi keuangan semakin meningkat pesat, yang mulanya transaksi dilakukan menggunakan uang tunai kini sudah mulai digantikan dengan metode pembayaran non fisik (non tunai) meskipun masih dalam fase awal. Dengan adanya transisi ke ekonomi digital, kombinasi uang elektronik dan pembayaran kartu semakin meningkat. Teknologi telah berkembang dengan cepat dan mudah, memungkinkan perusahaan e-commerce memanfaatkan peluang untuk memperluas basis pelanggan mereka (Sanoesi and Setiawan, 2022).

Penggunaan layanan e-commerce juga mulai mempengaruhi gaya hidup belanja konsumen yang semakin meningkat. Dengan tumbuhnya teknologi yang semakin canggih di segala sektor, perilaku konsumen dapat berubah dari waktu ke waktu. Agar transaksi non tunai dapat dikembangkan maka Bank Indonesia menghimbau masyarakat, pengusaha, serta sektor pemerintah agar meningkatkan transaksi non tunai, hal itu disampaikan melalui Gerakan Nasional Non Tunai yang terhitung sejak 14 Agustus 2014. Upaya ini tentunya merupakan salah satu langkah agar dapat meningkatkan kesediaan masyarakat dalam melakukan metode pembayaran non-tunai dan menciptakan masyarakat *less cash society* (LCS) di tanah air. Dalam hal ini, Bank Indonesia akan menyempurnakan sistem transaksi elektronik dalam pembayaran dan memperbaiki infrastruktur sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2019).

Saat ini, Shopee menjadi salah satu toko online yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada saat pertama kali di tahun 2023. Dibandingkan dengan e-commerce lainnya, terhitung dari bulan Januari hingga Maret situs Shopee telah dikunjungi masyarakat tanah air dengan rata-rata 157,9 juta tiap bulannya.

Pada waktu yang sama, Tokopedia juga mendapati kunjungan dengan jumlah kurang lebih 117 juta per bulan, lalu Lazada 83,2 juta, BliBli 25,4 juta, dan Bukalapak 18,1 juta. Melihat data yang ada, jumlah akses terhadap Shoppe, Tokopedia, Lazada BliBli dan Bukalapak yang terlihat menurun pada bulan Januari dan Februari 2023, namun tren tersebut diperkirakan akan kembali meningkat pada Maret 2023, bertepatan dengan awal bulan Ramadhan tahun 1444H. Pada bulan Maret 2023, jumlah kunjungan ke website Shopee meningkat kurang lebih 10% dibandingkan bulan sebelumnya. Jumlah pengunjung website Tokopedia juga meningkat kurang lebih 6%, jumlah pengunjung website Lazada meningkat 13% dan jumlah pengunjung website BliBli sebesar 5% (Databoks, 2023).



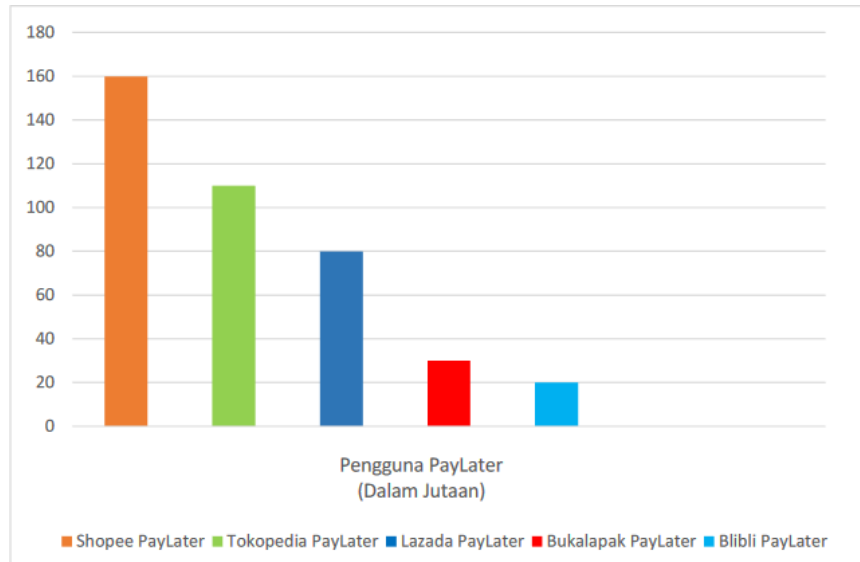
Sumber : Databoks.katadata.id

Gambar 1.1 Grafik Jumlah pengunjung situs E-Commerce

Dalam beberapa tahun terakhir tepatnya dari tahun 2018, proses transaksi pembayaran baru telah dipublikasikan, ialah fitur *Paylater* (Sari, 2021). Salah satu dari banyaknya ide menarik dalam Fintech merupakan penerapan sistem *Paylater* (Hilmi and Pratika, 2021). *Paylater* merupakan salah satu transaksi dimana pelanggan dapat membeli suatu produk yang diinginkannya, namun dapat mencicil dan membayar kembali pada tanggal jatuh tempo.

Hadirnya fungsionalitas *Paylater* memastikan transaksi online tetap efektif. *Paylater* merupakan sistem pembayaran yang lebih sukses dibandingkan bank baik dari segi persyaratan, proses registrasi dan aktivasi yang bisa dikatakan lebih mudah. Dengan semakin berkembangnya e-commerce masyarakat terdorong untuk membeli kebutuhan sesuai keinginan yang diberi prioritas tertentu, di sisi lain sebelum adanya *Paylater* masyarakat memiliki keterbatasan dalam membeli kebutuhan yang diinginkan dikarenakan tidak semua orang memiliki kemampuan bayar yang sama. Selain itu, *Paylater* juga memiliki kelebihan yaitu pendaftarannya yang relatif mudah dibandingkan dengan kartu kredit. Oleh karena itu *Paylater* yang saat ini terdapat di situs Shopee mengalami peningkatan yang pesat di Indonesia (Databoks, 2023).

Berikut adalah gambar jumlah Paylater yang paling banyak digunakan:



Sumber : databoks, 2023

Gambar 1.2 Aplikasi *Paylater* dengan pengguna terbanyak pada tahun 2023

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pada kuartal I (Q1) tahun 2023, aplikasi *Paylater* yang terdapat di Shopee *Paylater* menjadi aplikasi yang paling sering dipakai oleh masyarakat Indonesia dengan 160 juta pengguna, disusul Tokopedia *Paylater* dengan 110 juta pengguna. Di peringkat ketiga ada aplikasi *Paylater* yang paling banyak dipakai yakni Lazada *Paylater* dengan 80 juta pengguna, dan di peringkat keempat ada situs Bukalapak *Paylater* dengan 30 juta pengguna. Situs kelima yang paling banyak dipakai di *Paylater* adalah Blibli dengan 20 juta pengunjung.



Sumber : www.shopee.co.id

Gambar 1.3 Logo SPaylater

Fitur pembayaran *Paylater* yang terdapat di situs Shopee dinamakan Shopee *Paylater* atau biasa disingkat dengan sebutan SpayLater yang mulai rilis pada bulan Januari 2019. Paylater merupakan salah satu inovasi teknologi yang menyerupai kartu, akan tetapi dalam hal ini pembayaran yang dilakukan tidak membutuhkan kartu layaknya kartu kredit. Cicilan tanpa kartu saat ini sudah menjadi tren yang cukup menarik khususnya di kalangan milenial. Untuk dapat menikmati layanan Shopee *Paylater* ini terdapat beberapa hal yang harus dipedomani oleh penggunaannya diantaranya, pengguna harus memiliki akun Shopee terlebih dahulu dan sudah terdaftar dan terverifikasi, selain itu juga akun tersebut sering dipakai dalam waktu tiga bulan, akun Shopee yang dipakai untuk transaksi serta aplikasi Shopee yang sudah terupdate ke versi terbaru. Shopee juga meluncurkan sistem pembayaran progresif berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan pengguna di layanan yang tersedia di Shopee. Semakin tinggi angka transaksi maka pengguna dapat mendapatkan jumlah pinjaman yang semakin besar (Shopee, 2023).

Dilihat dari segi kemudahan pengajuan dan pengaplikasiannya, *shopee paylater* merupakan metode pembayaran pilihan di *shopee* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Karena masyarakat dalam hal ini konsumen tidak memikirkan produk berulang-ulang berdasarkan kebutuhannya tetapi hanya berdasarkan keinginan untuk merasa puas. Hal ini menyebabkan pengguna mengeluarkan uang terlalu banyak sehingga pada akhirnya tagihan yang muncul melebihi batas pembelanjaan bulanan. Disisi lain perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh variabel lain, salah satunya gaya hidup. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Pengaruh sosial dipilih dengan alasan adanya interaksi antar individu yang tercipta di kalangan masyarakat sehingga menimbulkan rasa percaya yang dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan teknologi (Gharaibeh, et al., 2018) ; (Glavee-Geo, et al., 2017). Selain itu, media yang ditujukan untuk masyarakat turut meningkatkan kesadaran masyarakat itu sendiri terhadap inovasi pembayaran kredit (Ali and Raza, 2017).

Selain faktor gaya hidup dan pengaruh sosial, motif hedonis juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Hal ini disebabkan karena masyarakat mempunyai keinginan dan motivasi untuk melakukan aktivitas berbelanja semata-mata untuk tujuan kesenangan dan memenuhi rasa puasnya. Motivasi dikelompokkan menjadi motivasi rasional dan motivasi hedonis.

Motivasi rasional merupakan motif dimana konsumen untuk memuaskan kebutuhannya dan mendapatkan keuntungan dari sesuatu yang diperolehnya. Sedangkan motivasi hedonis adalah motif pembelian dimana konsumen hanya mengharapkan pengalaman kesenangan atau kepuasan dan menganggap berbelanja merupakan hal yang menarik berdasarkan pemikiran emosionalnya (Nugroho, 2018).

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Yogyakarta

| NO | Perguruan Tinggi | Jumlah Perguruan Tinggi | Jumlah Mahasiswa |
|----|------------------|-------------------------|------------------|
| 1. | PTN | 11 | 110.711 |
| 2. | PTS | 21 | 278.988 |

Menurut Webometrics 2023, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menempati peringkat ke-3 sebagai perguruan tinggi swasta (PTS) terbaik di Indonesia periode Juli 2023. Selain itu, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta juga menduduki peringkat ke-1 Perguruan Tinggi Muhammadiyah/Aisyiyah (PTMA) di Indonesia, dan peringkat 1 Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Yogyakarta (Larasati,2023).

Mengingat banyaknya pengguna shopee khususnya kaum milenial yang memakai fitur shopee paylater untuk melakukan transaksi online, maka penulis mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi kasus Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater* ?
2. Apakah pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater* ?
3. Apakah motivasi hedonisme memiliki pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater* ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater*.
2. Untuk menganalisis apakah pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater*.
3. Untuk menganalisis apakah motivasi hedonisme memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pengguna Shopee *Paylater*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan yang telah dibuat oleh peneliti, diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Teoritis

Adanya tambahan literatur untuk mengembangkan pengetahuan khususnya di bidang ekonomi terkait penggunaan Shopee *paylater*.

2. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkangelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bagi Akademisi

Terdapat informasi mengenai persepsi dan pengetahuan mahasiswa tentang metode pembayaran melalui Shopee *paylater*.