

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara berinteraksi dan melakukan transaksi ekonomi. Salah satu inovasi teknologi yang paling menonjol dalam konteks ini adalah *e-commerce*, yang menawarkan kemudahan serta efisiensi dalam proses jual beli barang dan jasa secara daring. Dalam ekosistem *e-commerce*, fitur "*PayLater*" yang diperkenalkan oleh berbagai platform, termasuk Shopee, menjadi perhatian penting karena memberikan alternatif metode pembayaran yang inovatif. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara instan tanpa harus melakukan pembayaran di muka, melainkan memberikan opsi pelunasan di waktu yang akan datang. Dengan demikian, fitur *PayLater* memberikan fleksibilitas lebih bagi konsumen dalam mengelola keuangan pribadi dan memanfaatkan peluang pembelian tanpa harus menunggu ketersediaan dana secara penuh.

Marketplace sebagai salah satu model *e-commerce* berperan sebagai mediator yang menghubungkan penjual dengan pembeli melalui platform digital yang terintegrasi. *Marketplace* menyediakan kemudahan bagi konsumen dalam mencari dan membandingkan produk dengan harga yang kompetitif serta ragam pilihan yang luas. Shopee, sebagai salah satu *marketplace* terbesar dan paling populer di Indonesia, telah berhasil menarik minat berbagai kalangan masyarakat mulai dari remaja hingga dewasa. Sejak diluncurkan, Shopee mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terbukti

dengan jumlah unduhan aplikasi yang telah mencapai lebih dari 100 juta kali pada Februari 2025. Shopee mengedepankan platform mobile yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas jual beli kapan saja dan di mana saja melalui perangkat ponsel pintar. Selain itu, Shopee juga menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman terintegrasi, serta fitur-fitur inovatif yang mendukung pengalaman berbelanja yang menyenangkan, aman, dan praktis bagi para penggunanya. (Stevan et al., 2024).

Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada kebiasaan berbelanja secara online menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan. Kemudahan akses melalui *marketplace* menjadi salah satu faktor utama yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih berbelanja secara daring dibandingkan dengan metode konvensional yang mengharuskan datang langsung ke toko atau pasar. Proses transaksi di Shopee yang mudah dan mengikuti tren terkini, seperti penyelenggaraan flash sale pada tanggal-tanggal cantik (misalnya 1.1, 2.2, dan seterusnya), serta berbagai penawaran voucher menarik seperti gratis ongkir dan cashback, semakin memperkuat daya tarik bagi pengguna. Di sisi lain, kemitraan Shopee dengan fintech Shopee *PayLater* memberikan layanan pinjaman dana khusus yang legal dan berada di bawah pengawasan PT. Lentera Dana Nusantara, yang menyediakan pinjaman tanpa jaminan bagi pelanggan Shopee, sehingga semakin melengkapi ekosistem transaksi digital yang ada.

Shopee *PayLater* merupakan layanan pembayaran yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembayaran dalam jangka

waktu satu bulan tanpa dikenakan bunga tambahan. Layanan ini berupa pinjaman saldo langsung yang dapat digunakan tanpa proses yang rumit, sesuai dengan ketentuan POJK No. 77/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Dengan fitur ini, konsumen dapat menerima barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran secara tertunda, yang dikenal dengan istilah “beli sekarang bayar nanti”. Kemudahan tersebut menjadikan Shopee *PayLater* sebagai pilihan utama bagi banyak pengguna dibandingkan metode pembayaran lain seperti Shopee Pay atau pembayaran secara tunai saat barang diterima (COD). (Zuliyansah et al., 2024)

Fenomena kemudahan pembayaran melalui Shopee *PayLater* ini menciptakan dinamika baru dalam perilaku konsumsi masyarakat. Konsumen menjadi lebih mudah terpengaruh oleh berbagai faktor eksternal seperti iklan, promosi, dan tren yang sedang berkembang. Melalui fitur *PayLater*, pembeli memiliki fleksibilitas dalam memilih periode cicilan, mulai dari pembayaran satu kali hingga cicilan selama 3, 6, atau 12 bulan (khusus untuk pengguna tertentu). Pengguna dikenakan biaya penanganan sebesar 1% per transaksi serta suku bunga minimal 2,95% dari total pembayaran. Selain itu, terdapat denda keterlambatan sebesar 5% per bulan dari total tagihan yang jatuh tempo. Setiap pengguna memiliki tanggal jatuh tempo yang berbeda-beda, misalnya pengguna dengan tanggal jatuh tempo tanggal 1 wajib melakukan pembayaran paling lambat tanggal 11 setiap bulan, tanggal 15 paling lambat tanggal 25, dan tanggal 25 paling lambat tanggal 5 bulan berikutnya.

Meski demikian, tidak semua pengguna Shopee dapat mengakses fitur *PayLater* ini. Keputusan pemberian layanan *PayLater* dilakukan oleh tim Shopee berdasarkan sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi, antara lain akun Shopee harus sudah terdaftar dan terverifikasi, berusia minimal tiga bulan, sering digunakan untuk transaksi, menggunakan aplikasi Shopee versi terbaru, serta memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang sah. Kemudahan akses *PayLater* yang lebih ringan dibandingkan kartu kredit membuat fitur ini dapat digunakan oleh siapa saja, termasuk mereka yang belum memenuhi kriteria peminjam di lembaga perbankan konvensional. Namun, kemudahan ini juga berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti ketidakseimbangan dalam pengeluaran dan ketergantungan pada utang, yang dapat mengganggu kesehatan finansial pengguna dan berisiko menyebabkan gagal bayar kewajiban.

Penulis memilih mahasiswa STIA Amuntai sebagai sampel penelitian karena mahasiswa dikenal sebagai kelompok yang kritis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi, terutama yang berkaitan dengan penggunaan smartphone untuk mengakses aplikasi seperti Shopee. Produk yang ditawarkan oleh toko online umumnya memiliki harga yang lebih kompetitif dibandingkan toko offline, sehingga sangat sesuai bagi mahasiswa yang sebagian besar belum memiliki penghasilan tetap dan memiliki keterbatasan finansial. Kemudahan akses, inovasi dalam metode pembayaran, serta variasi produk yang tersedia menjadi alasan utama mahasiswa memilih berbelanja secara online.

Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif memiliki beberapa keterbatasan, seperti sampel yang hanya melibatkan mahasiswa dari jurusan salah satu jurusan dan satu angkatan, sehingga hasil penelitian tersebut kurang dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas. Selain itu, penelitian tersebut belum mengevaluasi dampak jangka panjang dari penggunaan Shopee *PayLater*, seperti potensi penumpukan utang dan perubahan pola konsumsi. Oleh karena itu, penelitian lanjutan yang melibatkan sampel lebih beragam dan mempertimbangkan aspek jangka panjang sangat diperlukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan Shopee *PayLater* terhadap keputusan pembelian konsumen di kalangan mahasiswa STIA Amuntai dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai hubungan antara fitur *PayLater* dengan perilaku konsumtif di era digital saat ini. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi pelaku bisnis dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif serta memberikan edukasi kepada konsumen mengenai pengelolaan keuangan yang bijak. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial yang muncul akibat perubahan perilaku konsumsi di masyarakat.

1.2 Analisis Fenomena dan Pentingnya Penelitian Tentang Shopee*PayLater*

Fenomena penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya tren peningkatan keputusan pembelian yang mencerminkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi generasi muda. Layanan beli sekarang bayar nanti ini memberikan kemudahan akses dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang.

Kemudahan tersebut dapat menimbulkan kecenderungan perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, terutama bagi mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap. Ketidakseimbangan antara kemampuan finansial dan keinginan konsumtif ini berpotensi menimbulkan risiko keuangan, seperti menumpuknya utang dan kurangnya pengelolaan keuangan pribadi yang sehat.

Melihat kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami sejauh mana pengaruh penggunaan Shopee *PayLater* terhadap keputusan pembelian mahasiswa. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi dampak sosial dan ekonomi dari fitur pembayaran digital terhadap generasi muda, serta memberikan wawasan dalam upaya peningkatan literasi keuangan di era digital.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada pokok permasalahan, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas penggunaan fitur Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran beli sekarang bayar nanti dalam konteks perilaku pembelian mahasiswa.
2. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswa STIA Amuntai yang pernah menggunakan fitur Shopee *PayLater*.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan analisis fenomena, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Shopee *PayLater* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa STIA Amuntai??
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan Shopee *PayLater* terhadap kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa STIA Amuntai?
3. Apakah perilaku konsumtif memediasi hubungan antara Shopee *PayLater* dan keputusan pembelian?
4. Apakah penggunaan Shopee *PayLater* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa STIA Amuntai?

1.5 Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui apakah penggunaan Shopee *PayLater* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di kalangan mahasiswa STIA Amuntai.
2. Menganalisis sejauh mana penggunaan Shopee *PayLater* berkontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIA Amuntai.

1.6 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi penelitian lanjutan yang berkaitan dengan metode pembayaran digital dan dampaknya terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi mahasiswa dan konsumen pada umumnya mengenai manfaat serta risiko penggunaan *Shopee PayLater*. Dengan demikian, konsumen dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam mengelola keuangan dan melakukan transaksi digital.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memperkuat hubungan antara dunia akademik dan industri, khususnya dalam bidang *e-commerce* dan keuangan digital. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya literasi keuangan dan keterampilan pengelolaan keuangan pribadi. Kampus juga dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar dalam mengembangkan program edukasi finansial yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa di era digital.