

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman memiliki dampak positif juga negatif pada setiap individu, terutama pada peningkatan keinginan mahasiswa dalam perilaku konsumtif oleh mahasiswa yang bertujuan hanya untuk mengikuti gaya hidup masyarakat dari sosial media, berlomba-lomba mengikuti perkembangan yang terjadi di sosial media tanpa mempertimbangkan baik buruknya. Perilaku konsumtif biasanya dilakukan secara berlebihan untuk mendapatkan kesenangan. Perilaku ini menghasilkan peningkatan biaya hidup karena tujuan mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan. Perilaku konsumtif dapat didorong dengan pembelian online karena pesatnya perkembangan teknologi internet.

Perkembangan internet mendorong pertumbuhan sektor bisnis yang menghasilkan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sistem wadah elektronik yang mencakup pada proses penjualan, pembelian, transfer, pertukaran produk, layanan dan transaksi lainnya yang dapat dirasakan masyarakat dalam menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu *marketplace* yang digemari saat ini yakni Shopee. Shopee merupakan *e-commerce* yang memiliki fasilitas *paylater* sendiri tanpa pihak ketiga seperti *e-commerce* lainnya. Fasilitas tersebut diberi nama Shopee *paylater* yang digunakan sebagai alat pembayaran.

Rossa & Ashfath (2022) menyatakan bahwa Shopee *paylater* ialah metode yang digunakan untuk melakukan transaksi dengan memberikan kemudahan pembayaran yaitu dengan meminjamkan terlebih dahulu uang

untuk membayar dan dibayarkan setelah barang diterima. Shopee *paylater* merupakan jasa peminjaman dalam bentuk saldo atau kredit pada akun shopee yang mana tertulis dalam POJK No.77/2016. Metode peminjaman ini diberikan oleh shopee sebagai sebuah metode pembayaran dalam melakukan transaksi belanja melalui aplikasi Shopee. Kemudahan yang diberikan dari Shopee *paylater* ialah produk dapat diterima lebih dulu dengan pelunasan dibulan depan atau berangsur sesuai dengan *tagline* [bayar nanti]. Layanan Shopee *paylater* dilakukan dengan metode sistem pembayaran dengan cicilan tanpa menggunakan kartu kredit dan mempunyai masa tenor 1 hingga 12 bulan, serta dengan suku bunga berkisar antara 0-2,95%. Pengajuan cicilan melalui Shopee *paylater* termasuk mudah hanya membutuhkan KTP dan foto diri.

Shopee hadir memikat konsumen tidak hanya dengan memberikan fasilitas *paylater* melainkan juga penawaran menarik seperti promo *flash sale*, cicilan, gratis ongkir, rendah biaya, pembayaran tunai hingga pembayaran non tunai. Shopee dikenal masyarakat dengan jargon *flash sale* dengan puncak promosi yang dilakukan setiap terdapat tanggal dan bulan yang sama seperti *flash sale* 10.10. Menurut Darwipat, Syam & Marhawati (2020) strategi bisnis yang dilakukan pada bisnis online yaitu *flash sale* dimana barang yang dijual memiliki kuantitas terbatas dengan harga yang lebih murah dari harga aslinya dan juga dijual dalam waktu tertentu. Kruzska dalam Zakiyyah (2021) menemukan bahwa konsumen saat *flash sale* yang melakukan pembelian terpengaruh pada elemen utilitarian yaitu menghemat uang, memanfaatkan potongan harga dan bukan elemen hedonis yaitu menikmati pengalaman menyenangkan berburu *flash sale* dan merasa senang dengan pembeliannya.

Namun Beurer-Zuellig dan Seiler (2017) menemukan bahwa perilaku konsumen pada kegiatan berbelanja saat *flash sale* termasuk pada motivasi hedonis dan motivasi utilitarian.

Adanya pembayaran *paylater* dan penawaran *flash sale* mempengaruhi tingkat pembelian berlebihan yang dilakukan konsumen sehingga dapat mendorong perilaku konsumtif. Terutama pada mahasiswa karena dapat lebih mudah memperoleh produk yang diinginkan. Pembelian tersebut berhubungan dengan perilaku konsumtif yang mana mereka merasa puas dan bahagia apabila mereka dapat memanjakan diri. Sumartono (2002) menyatakan tentang perilaku konsumtif tidak berdasarkan pemikiran yang rasional dikarenakan perilaku konsumtif sudah termasuk ke dalam perilaku yang bersifat irasional. Pendapat lain dari Sumartono menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan yang lebih mengutamakan keinginan dari pada nilai kegunaan atau kebutuhan barang tersebut guna menaikkan status sosial dimasyarakat.

Penggunaan shopee *paylater* dan pemanfaatan promo *flash sale* dapat dikarenakan adanya keterbatasan uang yang dimiliki mahasiswa tetapi mahasiswa tersebut memiliki gaya hidup yang tinggi. Berdasarkan pernyataan di atas, oleh sebab itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *paylater* dan *flash sale* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pengguna Shopee Universitas Merdeka Malang”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana deskripsi *paylater*, *flash sale* dan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?
2. Apakah *paylater* dan *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?
3. Apakah *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?
4. Apakah *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?
5. Diantara *paylater* dan *flash sale*, manakah yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan *paylater*, *flash sale*, dan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *paylater* dan *flashsale* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada aplikasi Shopee.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *flashsale* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada aplikasi Shopee.

5. Untuk mengetahui diantara *paylater* dan *flash sale* yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang pada aplikasi Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teori

Manfaat teori dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai permasalahan yang berkaitan dengan *paylater* dan *flashsale* terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dari segi akademis uaitu dapat menjadi sumber bahan belajar untuk dunia pendidikan dan ekonomi serta agar dapat menjadi pertimbangan untuk pihak-pihak yang memerlukan agar dapat mengurangi perilaku konsumtif.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengedepankan kebutuhan daripada keinginan sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *paylater* dan *flashsale* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa serta salah satu untuk mengaplikasikan terhadap ilmu yang didapat pada bangku perkuliahan