

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini transaksi keuangan semakin meningkat dengan cepat. Dulu, orang biasanya menggunakan uang tunai untuk bertransaksi, tetapi sekarang mulai diganti dengan metode pembayaran non tunai. Meskipun masih dalam tahap awal, peralihan ke ekonomi digital sudah terasa. Kombinasi antara uang elektronik dan pembayaran menggunakan kartu semakin banyak digunakan. Teknologi berkembang secara cepat dan mudah, sehingga perusahaan *e-commerce* bisa memanfaatkan kesempatan ini untuk memperluas jumlah pelanggan mereka (Sanoesi dan Setiawan, 2022).

E-Commerce kini menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk berbelanja sambil menghindari kerumunan. Sistem ini memungkinkan aktivitas penjualan dan pembelian dilakukan secara daring melalui internet dengan sangat mudah. *E-Commerce* telah mengubah cara masyarakat berbelanja, yang kini lebih memilih melakukan transaksi secara online melalui situs web atau aplikasi guna memenuhi kebutuhan mereka. Saat ini, banyak individu yang telah biasa melakukan pembelian melalui internet., sehingga dengan adanya *E-Commerce*, mereka dapat berbelanja dengan lebih praktis tanpa harus keluar rumah, sekaligus menghemat waktu.

Penggunaan layanan *e-commerce* mulai mengubah cara orang belanja, sehingga gaya hidup belanja semakin berubah. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju di berbagai bidang, pola belanja konsumen bisa berubah setiap waktu. Untuk mendorong penggunaan transaksi non tunai, Bank Indonesia mengajak masyarakat, para pengusaha, dan pemerintah untuk meningkatkan penggunaan metode pembayaran non tunai. Hal ini diinisiasi melalui Gerakan Nasional Non Tunai yang dimulai sejak 14 Agustus 2014. Upaya ini merupakan langkah yang penting untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pembayaran non tunai dan membangun masyarakat *less cash society (LCS)* di Indonesia. Dalam hal ini, Bank Indonesia akan terus memperbaiki sistem transaksi elektronik dan meningkatkan infrastruktur pembayaran secara keseluruhan.

Saat ini, Shopee merupakan salah satu platform belanja daring yang paling sering dikunjungi di Indonesia pada awal 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 mendapat 25,4 juta akses, sedangkan Bukalapak mencapai 18,1 juta. Dilihat dari data yang tersedia, jumlah pengguna yang mengakses Shoppe, Tokopedia, Lazada, BliBli, dan Bukalapak mengalami penurunan pada bulan Januari dan Februari 2023. Namun, tren tersebut diperkirakan akan kembali naik di bulan Maret 2023, tepatnya di awal bulan Ramadhan tahun 1444H. Pada bulan Maret 2023, jumlah pengunjung website Shopee meningkat sekitar 10% dibandingkan bulan sebelumnya. Jumlah pengunjung Tokopedia naik sekitar 6%, Lazada naik 13%, dan BliBli naik 5% (Databoks, 2023).

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan *buy now, pay later (BNPL)*, seperti SPayLater, semakin terlihat di kalangan masyarakat, terutama di Yogyakarta. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berbelanja sekarang dan membayar di kemudian hari, yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan fitur seperti SPayLater dapat berdampak pada perilaku konsumtif individu. Sebagai contoh, sebuah penelitian di Yogyakarta menyoroti bahwa layanan Shopee PayLater berperan besar dalam memengaruhi sifat belanja masyarakat. Selain itu, faktor-faktor seperti pengaruh sosial dan gaya hidup juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif pengguna *platform e-commerce*.

Pembayaran spaylater semakin diminati dalam berbelanja online, salah satunya di platform Shopee. *Flash sale* Shopee adalah program yang memungkinkan pembelian produk dengan harga jauh lebih murah dibanding harga biasa, program ini hanya tersedia di beberapa waktu tertentu (Viona et al. , 2021). Saat ini, beberapa platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia menawarkan metode pembayaran paylater. Fitur Spaylater dari Shopee merupakan salah satu metode pembayaran yang sering digunakan masyarakat. SPayLater adalah metode pembayaran yang memungkinkan pengguna membeli barang terlebih dahulu dan membayar di bulan berikutnya atau dengan cicilan selama beberapa bulan (PT Shopee International Indonesia, 2020). Metode ini membantu konsumen dalam bertransaksi secara online. Namun, penggunaan metode spaylater bisa memengaruhi pola belanja seseorang secara konsumtif.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas pengaruh metode pembayaran "*buy now, pay later*" (BNPL), seperti SpayLater, terhadap perilaku konsumtif di beragam platform *e-commerce*, kajian yang secara khusus meneliti fenomena ini dalam konteks pengguna Shopee di Yogyakarta masih tergolong sedikit. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan tim (2022) menemukan bahwa fitur paylater di platform *e-commerce* bisa meningkatkan keinginan belanja pengguna, karena memudahkan akses dan memungkinkan penundaan pembayaran. Selain itu, penelitian oleh Sari dan Putri (2023) menunjukkan hubungan kuat antara layanan paylater dengan perilaku belanja di kalangan mahasiswa di Jakarta, yang menunjukkan dampak positif BNPL terhadap peningkatan jumlah transaksi dan cara belanja di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya.

Namun, sampai sekarang masih sedikit penelitian yang mendalam mengenai dampak SpayLater terhadap perilaku konsumtif di Yogyakarta, yang memiliki karakteristik ekonomi dan sosial yang khas. Walaupun sejumlah studi telah mengonfirmasi bahwa metode BNPL dapat mendorong kebiasaan konsumtif yang berlebihan, pengaruh spesifik dari SpayLater sebagai produk BNPL dari Shopee terhadap pola perilaku pengguna di Yogyakarta masih jarang dianalisis secara *eksplisit*. Oleh karena itu, studi ini diarahkan untuk menutupi kekurangan itu dengan melakukan analisis bagaimana SpayLater memengaruhi keputusan pembelian, kebiasaan berbelanja, serta tingkat konsumtifitas pengguna di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Cakupan Pembahasan Tugas Akhir

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penggunaan SPayLater mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna Shopee di Yogyakarta, serta faktor-faktor apa saja yang memoderasi atau memediasi pengaruh tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi konsumen dalam menggunakan layanan BNPL secara bijak, serta bagi penyedia layanan dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi yang tepat untuk mengelola dampak layanan tersebut terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui hubungan penggunaan SPayLater dengan perilaku konsumtif pengguna shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengambilan keputusan pengguna dalam menggunakan SPayLater untuk berbelanja.
3. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna terhadap risiko dan manfaat dari pengguna SPayLater.

Manfaat penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan membantu memberikan wawasan dan informasi tambahan mengenai pengaruh penggunaan SPayLater terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan meningkatkan pemahaman tentang bagaimana menggunakan metode pembayaran digital, sehingga dapat mengambil Tindakan yang diperlukan dalam mengatasinya